



3 1761 11709154 6

CA1
RT
-78R26

GOVT



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117091546>

(18)

GOVT PUBNS

CAI

RT

-78R26

CONFIDENTIAL

UNTIL RELEASE
MARCH 13, 1978

A REPORT ON

PAY-TELEVISION

The present report examines the issue of the possible introduction of a pay-television system in Canada. The report outlines the historical context in which the current discussions on pay-television must take place. It also describes and examines the most recent submissions for a pay-television system for Canada; sets forth the Commission's conclusions on the issues at this time; and provides an indication of possible guidelines for the future introduction of pay-television.

March 1978.



TABLE OF CONTENTS

<u>INTRODUCTION</u>		<u>PAGE</u>
CHAPTER I:	Pay-Television in Historical Perspective.	1
CHAPTER II:	The History of Pay-Television.	6
CHAPTER III:	The CRTC and Pay-Television.	8
CHAPTER IV:	Prelude to the Second Public Hearing on Pay-Television: June 1977.	10
CHAPTER V:	An Analytical Description of the Submissions.	13
CHAPTER VI:	Conclusion.	31
CHAPTER VII:	Planning a Pay-Television Policy for Canada.	37
	(1) Objectives for a Canadian Pay-Television Policy	37
	(2) Guidelines for Pay-Television	38
	(3) Recommendations for Pay-Television.	53

CHAPTER I

Pay Television in Historical Perspective

The development of this country has been shaped significantly by the nation's vast geographical extent and by its linguistic duality and cultural diversity. Equally important has been the geographical proximity and cultural dynamism of the United States.

Since Confederation, numerous studies and reports have underlined the implications and importance to Canada of the United States' presence. In the specific area of broadcasting and the arts these reports have concluded that Canadians must remain fundamentally pre-occupied with ensuring that broadcasting services available to Canadians be predominantly Canadian in content and character.

As early as in 1928 the Canadian Government appointed a Commission, known as the Aird Commission, which examined the state of radio broadcasting in Canada. The Commission report noted that radio "could become a great force in fostering a national consciousness and unity" but owing to the fact that a large and increasing proportion of programming made available to Canadians originated outside of Canada, "the minds, ideals and opinions of Canadians, particularly the young, are shaped into molds not specifically Canadian."

Prime Minister Bennett, speaking to the Bill that created the Canadian Radio Broadcasting Commission in 1932, expressed the Government's concern that without adequate control of radio broadcasting, national unity would suffer. Specifically the Prime Minister stated:

This country must be assured of complete control of broadcasting from Canadian sources, free from foreign interference or influence. Without such control radio broadcasting can never become a great agency for the communication of matters of national concern and for the diffusion of national thought and ideals, and without such control it can never be the agency by which national consciousness may be fostered and sustained and national unity still further strengthened.

Nearly two decades later the Massey Royal Commission was appointed to examine, in a comprehensive manner, Canadian cultural and scientific problems including problems in the field of broadcasting. The Commission's conclusions

indicated that "the American invasion by film, radio and periodicals is formidable" and pointed out that many of the radio programs presented to Canadians for consumption "have in fact no particular application to Canada or to Canadian conditions". It concluded by warning that "a vast and disproportionate amount of material coming from a single alien source may stifle rather than stimulate our own creative effort".

In 1957 the precarious development of Canadian broadcasting was underlined in the report of the Fowler Commission. The report warned that "if a separate Canadian consciousness and a sense of identity is a desirable national objective the massive importation and dissemination of an alien American cultural perspective via the media of broadcasting is a highly undesirable development". The second Fowler Commission inquiry, reporting in 1965, not only found no improvement in the situation but expressed heightened concern over the growing exposure of American programs in Canada, most notably in television.

The introduction and proliferation of cable television from the mid 1960's through to the present accentuated the problem of maintaining a significant Canadian presence in the Canadian broadcasting system. The advent of cable television signaled a further decline in the proportion of Canadian programming viewed by Canadians and attempts to move funds for programming purposes from cable television to program producers have not been successful.

After half a century of effort statistics reveal the extent to which United States programming dominates Canadian broadcasting:

80% of the total television programming available via cable in Vancouver is non-Canadian.

In Calgary less than 23% of the total television programming available via cable is Canadian and between 8:00 p.m. and 11:00 p.m. the proportion is even smaller, as low as 12%.

In the peak viewing hours (8:00 p.m. to 10:30 p.m.) during an average week in the 1976-77 season, on four private Canadian stations (Toronto/Hamilton) only 27% of the weekly program schedule was Canadian.

For all Canadian stations, in the fall of 1976, of the total time spent watching television between the hours of 6 p.m. and 12 p.m. only 24% was spent watching Canadian programming.

The problem of a lack of a significant Canadian presence in the Canadian broadcasting system is not unique. In Canadian motion picture theatres, for example, some 95% of all films shown are foreign, while approximately 75% of the film material used in Canadian schools is also non-Canadian.

The Broadcasting Act of 1968 eloquently describes the policy objectives that the Canadian people, through Parliament, have endorsed to strengthen and preserve Canadian programming.

The Commission has been established to regulate and supervise the Canadian system and to implement such policy objectives as:

3(a) broadcasting undertakings in Canada make use of radio frequencies that are public property and such undertakings constitute a single system, herein referred to as the Canadian broadcasting system, comprising public and private elements;

(b) the Canadian broadcasting system should be effectively owned and controlled by Canadians so as to safeguard, enrich and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada;

(d) the programming provided by the Canadian Broadcasting system should be varied and comprehensive and should provide reasonable, balanced opportunity for the expression of differing views on matters of public concern, and the programming provided by each broadcaster should be of high standard, using predominantly Canadian creative and other resources;

(e) all Canadians are entitled to broadcasting services in English and French as public funds become available.

(f) there should be provided, through a corporation established by Parliament for the purpose, a national broadcasting service that is predominantly Canadian in content and character;

(h) where any conflict arises between the objectives of the national broadcasting service and the interest of the private element of the Canadian broadcasting system, it shall be resolved in the public interest but paramount consideration shall be given to the objectives of the national broadcasting service.

In applying these policy objectives to operational priorities, the Commission has been guided by the following principles which are described in the Commission's 1971 position paper on cable policy.

"The mandate of the Commission requires it to supervise the publicly-owned radio frequencies so that the Canadian broadcasting system is not disrupted as a result of purely technological and marketing pressures which take no account of the social, cultural, economic, and political objectives of the country."

"Canadian broadcasting should above all strive for excellence and high standards of quality in information, entertainment, and enlightenment. It should provide the widest possible choice....One of the objectives of Canadian broadcasting should be to encourage more diversity, more choice, more variety of subject matter, of opinions, of ideas -- rather than to reduce choice and diversity. The aim stated in the Broadcasting Act namely to "safe-guard, enrich, and strengthen the cultural, political, social and economic fabric of Canada" is a positive one which, if fulfilled, would add to the spectrum of views and creativity offered to Canadians, not subtract from it."

"The Canadian system should be open to world currents and offer to Canadians the challenge of ideas and cultural achievements from other countries. Services in English and French should be made available as rapidly as possible to all Canadians. The Commission has never said and will never say that programs from other countries and from the United States in particular should be kept out of Canada. For one thing, this would be impossible. It is also undesirable."

The Commission has emphasized the need for a positive development of the Canadian program production industry as an effective step toward the creation of a strong Canadian presence in the Canadian broadcasting environment. The Commission's statement of the problem and its suggested course of action is summarized in the 1971 policy document:

"The Canadian broadcasting system does not have the necessary resources to be expected to develop and

support a production industry on its own. Existing sources of revenue, which come chiefly from advertising, are not sufficient to provide the entire support of the total system as it is presently constituted and never have been since its inception. Furthermore, broadcasting should not be called upon to be the sole contributor to this development. This is a problem that affects, and should be of paramount concern to all Canadians; it is truly a Canadian problem."

"If a total solution is to be formulated, it must recognize that all sectors of government and industry must be co-ordinated so as to establish a meaningful Canadian program production industry ... Canada must quickly develop a program production industry reflecting both purely Canadian and international cultures. Otherwise, we will simply have a technically sophisticated distribution system for imported programs.

"It is imperative that governments, provincial and federal, establish at all levels fiscal and economic policies providing an environment oriented toward the most rapid and effective use and growth of Canadian creative resources. The participation and contribution of industry is essential in the development of talent and other resources needed for program production and can best be ensured through the provision of worthwhile incentives."

It is in the context of these historical pre-occupations, continuing problems and broadcasting policies that the issue of pay-television must be considered.

CHAPTER II

The History of Pay-Television

Although pay-television is considered to be a recent development in fact it pre-dates commercial television. In 1937, Scophony Limited, predecessor of Skiatron Electronics and Television Corporation, was issued pay-television patents for a large screen system which was first demonstrated in Great Britain and then in New York the following year.

The first broadcast pay-television experiments in the United States were authorized by the Federal Communications Commission (FCC) in the early 1950s. These experiments were conducted in New York City and Los Angeles and were of two or three months duration involving a limited number of subscribers. In 1952, Zenith Corporation petitioned the FCC to approve a nationwide subscription pay-television operation in Hartford, Connecticut which was finally approved in 1962.

In Canada pay-television was first provided on an experimental basis in 1960 in the Toronto suburb of Etobicoke. International Telemeter, with Paramount's Famous Players Limited acting as program supplier, provided the cable system with color transmission, of a selection of movies, sporting events, and specials, with a "coin in the meter" billing system. At its peak, the system had approximately 5,800 subscribers but toward the end of the five-year test period the number of subscribers dropped to approximately 2,500. Expected revenues were seldom reached and the system was never profitable. The experiment was terminated in 1965.

Hotel pay-television was introduced in the United States in 1971 by Trans World Communications (TWC) and Computer Television's Computer Cinema. In Canada, hotel pay-television was begun in Toronto in 1972 by TWC. Rogers Telecommunications Limited acquired TWC in 1975 and is presently supplying 11,000 rooms in 20 Toronto hotels with 8 to 10 movies per month at a charge of \$4.50 per program. In Vancouver, a subsidiary of Premier Cablevision Limited has been operating a hotel pay-television system since March 1976.

Closed circuit pay-television, a form of pay-television in which the receiving and originating equipment are directly linked by cable, microwave or telephone lines, began operation in 1974 in a Toronto condominium. It offers 10 second-run films per month at a cost of approximately \$3.50 per film.

In September 1975 a Time-Life subsidiary, Home Box Office, established a pay-television network in the United States utilizing domestic satellites for program delivery. This made possible the delivery of live programming, thus increasing in some measure pay-television's marketability.

As of June 30th, 1977, pay-television enterprises in the United States had offered service in areas with 11,085,800 dwelling units -- about 15% of all U.S. homes -- and had an estimated 1,239,738 subscribers (11.3% of potential) paying an estimated \$9,875,312 per month, or an average monthly rate of \$7.96.

Chapter III

The CRTC and Pay-Television

The first pay-television proposal submitted to the Commission was presented by D. Rae Sutherland in July 1970. The proposal involved the use of a scrambled signal via over-the-air transmitters to the cities of Edmonton, Regina and Saskatoon.

The Commission concluded that the proposal, which involved the use simultaneously of several broadcast frequencies carrying scrambled U.S. television signals, did not conform to Broadcasting Act objectives.

The first application to start an in-home, cable, pay-television service was received by the Commission in 1972 from Rogers Cable TV Ltd. of Toronto. The company proposed a combination of movies and special interest channels available at an extra charge per channel on mid-band. Three movie channels were to provide feature films, minority appeal art films, "art" and cultural movies, and ethnic and foreign-language movies. Two special interest channels, one for doctors and another for lawyers and accountants, were to provide continuous programming of interest to these professional groups. The Commission deferred consideration of this application because no general policy had yet been developed.

The Commission issued its first public announcement on pay-television in October 1972. The announcement indicated that, while pay-television developments were in an experimental stage, it was possible that such a service could play a significant role in the development of the Canadian broadcasting system at some future time. The Commission invited interested parties to participate in determining "the best method for a thorough examination of pay-television services as an integral part of the Canadian broadcasting system". Experimental proposals by individual licensees were to be included in this examination in order to assist in determining whether pay-television could "contribute to the achievement of established broadcasting policies". The Commission emphasized that if pay-television were to be permitted to develop in Canada, it must be developed through "legitimate licensees in the spirit of the Broadcasting Act".

Several pay-television proposals from cable operators and independent organizations anxious to introduce pay-television into large urban areas such as Toronto and Vancouver were received in response to this announcement. After a review, the Commission concluded that no submission significantly contributed toward the furtherance of the Broadcasting Act objectives.

In December 1973, as a result of several applications by cable licensees to run feature movies on their community channels, the Commission issued a public announcement denying such carriage on the grounds that this activity raised many of the same issues as pay-television.

In February 1975, the Commission issued a position paper on pay-television. This paper described the possibilities and problems foreseen by the Commission and provided a tentative indication of measures that might be introduced to assure that pay-television would contribute to broadcasting objectives. The Commission stated that unless proposals could be developed which would further the objectives of the Broadcasting Act, the impact of pay-television on the Canadian broadcasting system, could be highly detrimental.

At the June 1975 public hearing forty briefs on pay-television were considered. Six were from broadcasters who suggested that the introduction of pay-television was premature and that it would have a harmful effect on broadcasting. Fourteen briefs were received from cable operators who were favourable to the immediate introduction of pay-television. Seven briefs were received from the program production industry which concluded that if pay-television was to be introduced at all, it should be introduced so as to provide the maximum financial benefits to producers and increased exhibition opportunities. Thirteen briefs were submitted by other groups, such as the Consumers Association of Canada and the Canadian Broadcasting League, illustrating that little public enthusiasm was evident for the introduction of a Canadian pay-television service.

In its resultant policy statement issued in December 1975, the Commission indicated that the Canadian broadcasting system was currently in the process of adjusting to new policies and developments and that the broadcasting system should be allowed to adapt and absorb these adjustments without the potential disruption caused by the introduction of pay-television service into Canada at that time.

The Commission, however, indicated that it was prepared to consider on a case by case basis, the introduction of pay-television service (such as hotel pay-television) by licensed cable operators in situations in which such service would clearly present no threat to the free over-the-air broadcasting system. The Commission encouraged interested parties to continue to develop ideas on the subject of pay-television which would be consonant with the objectives set out for the Canadian broadcasting system in the Broadcasting Act.

CHAPTER IV

Prelude to the Second Public Hearing on Pay-Television: June 1977.

By early 1976 the Canadian cable television industry renewed demands for the introduction of pay-television. There were two main reasons for this renewed interest: first, the apparent success of pay-television in the United States raised expectations of profitable pay-television systems in Canada, and; secondly, the possibility of the emergence of competitive, unlicensed, closed circuit pay-television in cable franchise areas concerned cable operators. In addition, the cable television industry faced with decreasing growth rates due to already high penetration levels, and with unused capacity on existing systems, saw pay-television as a new avenue for the introduction of additional revenue-producing services.

On June 2nd, 1976 the Minister of Communications and the Chairman of the CRTC issued statements inviting a re-consideration of a Canadian pay-television service. The statements, at the same time, contained indications of valid concerns and specific expectations.

The Honourable Jeanne Sauvé, Minister of Communications stated in part:

"I am firmly convinced that the introduction of this new service (pay-television) will be a watershed in the development of broadcasting, with major structural implications for the entire system."

"We must ensure that it brings maximum benefit on a national plane to all groups interested in broadcasting private and public broadcasters, cable operators, program producers."

"In considering the introduction of any new service, we must examine its potential advantages and disadvantages. For example, could not pay-television make a contribution to solving the most crucial problem in Canadian broadcasting, that is, the under-developed state of the Canadian program production industry?"

"Pay-television could help create wider viewing opportunities for Canadian programs especially feature films...a major task ahead will be to devise a structure that will maximize pay-television's potential benefits for our broadcasting system and for viewer choice."

"First: It must provide a range of programming which does not duplicate that now offered by broadcasters and must do so without siphoning programs from the broadcasting system. The continued federal regulation of the broadcasting system, including the regulation of pay-television, is a crucial factor in the coherent and orderly provision of program services to the entire Canadian viewing public."

"Second: It must ensure the production of high-quality Canadian programs that Canadians will watch."

"Third: It must ensure that programs are produced in Canada for international sale."

"Whatever the system of delivery to the home, two crucial questions remain -- what are you going to deliver, and who will put it together?"

"The government must also consider whether the (pay-television) network should be a private corporation with extensive monopoly powers, a public corporation, or a mixed corporation involving both private and public participation."

"The introduction of pay-television represents a fundamental structural change to the Canadian broadcasting system."

Reflecting and amplifying the Minister's concerns and expectations, Harry J. Boyle, Chairman of the CRTC stated in part:

"We have been guided by one fundamental. The mandate of the Broadcasting Act of 1968 directs us to protect and strengthen the national broadcasting system of Canada."

"Will pay-television in Canada be another conduit for siphoning off more of our resources for foreign production industries or will it include reasonable incentives for Canadian production?"

"It has been apparent that this one major problem transcends the normal administration of the Broadcasting Act of 1968 because the structure of the program service to pay-television will have an effect not only on cable operators and off-air broadcasters but on the whole range of creative program production resources of Canada."

"I urge you not to under estimate the Minister's remarks and simply conclude that the introduction of pay-television is considered as a mere broadening of entertainment choice for subscribers."

"The Minister's statement has a national significance well beyond pay-television. It should be considered, as the Minister has enunciated before, as the beginnings of a national policy of "cultural security" for Canada. The Minister has also undertaken to share with her Cabinet colleagues the national concerns regarding safeguards as to how a structure can be found to accommodate a full range of Canada's cultural and creative production resources."

"To allow an opportunity to slip by to convert technical systems to a national purpose with a conscious and dedicated restructuring of the national broadcasting and cultural system, would be inexcusable."

"It is my understanding that the Minister and her Cabinet colleagues wish to consider fully the national implications of the pay-television program organization on not only broadcasting but also on related cultural and creative organizations in Canada."

On June 30th, 1976 the Commission formally called for submissions on the form and function of an organization, institution, or agency to assemble, produce, and acquire pay-television programming for distribution to licensed broadcast undertakings. The Commission received 105 submissions.

An analysis of these submissions indicated that few had responded to certain fundamental questions dealing with the form and function of the proposed pay-television controlling structure. Accordingly the Commission requested an updating of submissions and called a public hearing for June 13th, 1977 at which time the revised submissions were to be considered.

A total of 181 submissions were received by the Commission. Twenty-six major representative organizations and individuals appeared before the Commission.

CHAPTER V

An Analytical Description of the Submissions

The 105 submissions received by the Commission as a result of the June 30th, 1976 call were supplemented by 35 new submissions and 41 updated submissions. The total number of submissions received on pay-television for the June 13th, 1977 hearing was 181. The updating documents were combined with their original representations to form 140 submissions. The following description and analysis is based on the information contained in those submissions.

The Commission received 140 submissions from groups and individuals whose interests and background were significantly diverse. Table I indicates the source of submissions.

TABLE I

* SOURCE OF SUBMISSIONS

		Number of Submissions	Percentage of Submissions
Individual		37	27
Industry	Cable	7	5
	Broadcasting	21	15
	Production	16	11
	Carrier	3	2
	Combined	4	3
Groups	Public	13	9
	Commercial	27	19
	Government	3	2
	Other	9	7
TOTAL		140	100%

* Note: For a list of those representatives that appeared at the hearing by category of source, see Appendix A attached hereto.

The most strongly represented group was the industries which could be expected to have a direct involvement in any possible pay-television enterprise. Fully 51 or 36% of submissions were received from these industries. These submissions were notable for the comparative thoroughness of their investigation and the detailed nature of their proposals. The industries represented in this group included the cable, broadcasting, program production, and carrier industries. A small number of submissions (4) presented the views of a combination of these industries.

Groups, other than the above, also prepared a large number of submissions. Commercial groups, for example, accounted for 19%, public interest groups for 9%, governments for 2% and the remaining various groups 7%. The total number of submissions from groups other than industries that may be involved directly in a pay-television operation number 52 or 37% of all submissions. While the general quality and detail of these submissions varied, there were a number of exceptionally thorough, and well balanced studies which explored pay-television issues to the extent that present information and organizational resources would permit.

In addition to industries and organized groups, the Commission also received a significant number of briefs (37) from individuals. These accounted for 27% of all submissions. Many of these individual submissions were general in nature and comparatively short in length. Nevertheless, their content is of importance as an expression of the individual concerned citizen.

On the whole the industrial and commercial submissions accounted for 78 of the 140 submissions or 55% of the total while individuals, public groups, governments and other non-commercial groups accounted for 62 submissions, or 45% of the total.

Support for or Opposition to Pay-Television

A high proportion of the submissions (30%) did not express either support for or opposition to the introduction of pay-television. (TABLE 2). However, of those that did express an opinion, a majority indicated opposition. At least one submission indicated that it would support the introduction of pay-television only in English-speaking Canada, because of the possible economic problems in its introduction in French-speaking Canada. The high proportion of briefs which did not express a view on pay-television may indicate that the issues surrounding pay-television were found so complex that a definite assessment on the possible consequences, whether positive or negative, was not attempted.

TABLE 2

SUPPORT FOR OR OPPOSITION TO PAY-TELEVISION

	Number of Submissions	Percentage of Submissions
Support for pay-television	48*	34
Opposition to pay-television	50	36
No opinion	42	30
TOTAL	140	100%

* This includes the one submission which supported pay-television's introduction in English-speaking Canada only.

An overview of all submissions, whether expressing support for or opposition to or no comment on the possibility of pay-television's introduction at the present time, reveals some interesting patterns. Perhaps the most revealing indication about the individual submissions is the fact that support, opposition and no comment are approximately evenly divided (TABLE 3). A plurality (38%) made no comment while support was indicated by 32% and opposition by 30%.

TABLE 3
SUPPORT FOR OR OPPOSITION TO PAY-TELEVISION
BY SOURCE OF SUBMISSION

Source	Support		Opposition		No Opinion Expressed on Issue		TOTAL	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
Individual	12	32	11	30	14	38	37	100
Industry								
Cable	6	86	0	0	1	14	7	100
Broadcasting	4	19	12	57	5	24	21	100
Production	11	69	4	25	1	6	16	100
Carriers	3	100	0	0	0	0	3	100
Combined	1	25	2	50	1	25	4	100
Groups								
Public	2	15	8	62	3	23	13	100
Commercial	8	30	8	30	11	40	27	100
Government	0	0	1	33	2	67	3	100
Other	0	0	4	44	5	56	9	100
TOTAL	47		50		43		140	100

Industry was divided on the question of the introduction of pay-television. All (100%) of the carriers and nearly all (86%) of the cable submissions as well as a majority (69%) of producers supported the introduction of pay-television. Opposition to pay-television's introduction in industry was centered in broadcasting with 57% opposed.

Commercial groups were evenly divided in favoring (30%) and opposing (30%) pay-television's introduction with a plurality (40%) not taking a specific position on this question.

Public interest groups clearly opposed the introduction of pay-television (62%) although some (15%) did express conditional support. A number of public interest groups (23%) while expressing various opinions, did not comment on their support for or opposition to pay-television.

The above statistical description is an accurate portrait of the distribution of opinion found in the submissions, such a description however only provides the broadest outline of response to this principal question. Moreover, while the use of percentages is desirable within each category, the reader should be aware of the actual numbers to which the percentages relate in order to accurately interpret the distribution of opinion in the submissions.

Organizational Structure for the Pay-television Agency

A majority (63%) of submissions did not express any preference for an organizational structure for a pay-television agency (Table 4). The remaining 37% that did express a preference, generally indicated a preference, consistent with their dominant interests.

Of those expressing a preference (52) on organizational structure the largest plurality (29%) indicated a preference for mixed ownership and control involving broadcasting, cable, independent producers and government interests. The next most frequently preferred proposal was a public corporation (25%), while cable (13%) and broadcasting (12%) interests indicated that their industries should control the agency structure. None suggested that control should lie with independent producers.

The cable television industry overwhelmingly favoured cable industry control although some did indicate that a public or a mixed control structure would be acceptable. The broadcasting industry was significantly divided over the issue. Half of those expressing a preference favoured broadcasting industry control, while most of the remainder wished to have a form of mixed control structure.

TABLE 4

ORGANIZATIONAL STRUCTURE PREFERRED

Source	Broadcasters (Public & Private)	Cable	Independent Producers	Public Corporation	Combined	Other	No Response	Total
Individual	0	1	0	4	3	2	27	37
Industry								
Cable	0	4	0	1	1	0	1	7
Broadcasting	5	0	0	1	4	0	11	21
Production	1	0	0	4	2	5	4	16
Carrier	0	0	0	1	1	0	1	3
Combined	0	0	0	0	1	0	3	4
Groups								
Public	0	0	0	1	1	1	10	13
Commercial	0	1	0	0	0	2	24	27
Government	0	1	0	0	0	0	2	3
Other	0	0	0	1	2	1	5	9
TOTAL	6	7	0	13	15	11	88	140
PERCENT of Total	4	5	0	9	11	8	63	100
PERCENT of those expressing an opinion (N = 52)	12	13	0	25	29	21		

Programming Emphasis

The submissions clearly indicated that feature length movies were expected to dominate programming on pay-television. Fully 51% of submissions which addressed themselves to this issue indicated movies would predominate (TABLE 5). A substantial number (13%) indicated that sports programming would be predominant, while more than 26% indicated that some other type of programming including artistic, cultural and educational productions, would be shown.

TABLE 5
PROGRAMMING EMPHASIS

	No.	%
Movies	37	51
Sports	9	13
Other	26	36
Total	72	100

Canadian Content Requirement

A substantial majority (75%) of those who expressed an opinion on Canadian content requirements indicated that such requirements would be desirable while a minority (25%) opposed their introduction. (Table 6).

Producers and public interest groups were particularly concerned that Canadian content requirements be imposed on pay-television, while the cable industry argued that Canadian content requirements were neither needed nor desirable.

TABLE 6
CANADIAN CONTENT QUOTA REQUIREMENTS

	No.	%
YES	26	75
NO	9	25
TOTAL	35	100

Requirement for Local/Regional Input

While the majority of submissions did not address themselves to the question of the need to provide local or regional input into pay television programming, of those that did, an overwhelming majority indicated support for this programming development (TABLE 7).

TABLE 7

REQUIREMENT FOR LOCAL/REGIONAL INPUT

	<u>Number</u>	<u>Percentage</u>
Yes	19	95
No	1	5
Total	20	100

Commercial groups followed by public groups and individuals most frequently expressed the need for such a capacity in pay television programming.

Availability to the Public

Nearly three-quarters (72%) of the submissions which dealt with the availability of pay television indicated that it should be made available throughout Canada (TABLE 8). However, a substantial number (25) indicated that it would be essential to make it available in areas where cable television had been introduced. The cable television industry emphasized the appropriateness of cable delivery for pay television programming while other private interests and broadcasters suggested that universal availability would be essential.

TABLE 8
AVAILABILITY TO THE PUBLIC

Availability	Number	Percentage
Nation-wide	23	72
Cable Areas	8	25
Major Markets	0	0
Other	1	3
TOTAL	32	100

Only ten submissions out of 140 extensively discussed the expected penetration level which pay television might achieve either at the present or in the near future. Only nine submissions presented actual estimates of expected penetration levels. These range in the area of 15%-25% of Canadian households depending on certain assumptions about programming, signal delivery, exhibition methods and payment system for the service.

Distribution System

With respect to the distribution system for pay television programming 17 submissions suggested specific methods of delivery. Four submissions suggested delivery by satellite, 4 suggested "bicycling", while 9 suggested a combined system of delivery including satellite, bicycling and microwave.

Local Delivery

There were 42 submissions which proposed systems for local delivery of pay-television programming. A majority of these (23) proposed cable; 4 proposed off-air delivery, while 15 indicated a mixed approach of the above two would be desirable.

The cable television industry overwhelmingly proposed cable as the most appropriate system of delivery while broadcasters suggested broadcasting over the air. The latter, however, most often proposed a mixed system as did individuals and groups of various kinds.

Revenue Statements

Only 6 submissions provided estimates regarding expected gross revenue from pay television. A slightly larger number (8) provided estimates of probable revenue from Canadian production. A considerable number (17) however included a suggested percentage of revenues which would be appropriate to set aside for Canadian production purposes.

Method of Exhibition

Thirty seven submissions presented proposals regarding the method of exhibition for pay television. Five proposed a "universal" system; 10 proposed a "subscription" system; and 22 proposed a "pay-per-program" system.

Producers expressing a preference (6) largely favoured a pay-per-program structure (3) followed by subscription (2) while the universal system was not favoured by producers with only one indicating this preference.

Broadcasters expressing a preference (7) largely preferred the pay-per-program system (4) however at least two broadcasters suggested the universal system.

The expressed cable industry preference (3) was subscription (2) or universal (1).

Impact of Pay Television on Broadcasting System Generally

Fifty four submissions (39%) commented on the impact which pay television was expected to have on the broadcasting system (TABLE 9). Of these a majority of 61% stated that pay television's impact would be negative. Only 17% expected the effect to be positive, while 22% stated that the effect would be neutral.

TABLE 9
 IMPACT OF PAY TELEVISION ON BROADCASTING
 SYSTEM GENERALLY - BY SOURCE

Source	Impact on Broadcasting System					<u>TOTAL</u>
	<u>Positive</u>	<u>Negative</u>	<u>Neutral</u>	<u>No Comment</u>		
Individual	2	1	3	31		37
<hr/>						
Industry						
Cable	2	1	2	2		7
Broadcasters	1	14	0	6		21
Producers	2	2	5	7		16
Carriers	0	0	0	3		3
Combined	1	1	0	2		4
<hr/>						
Groups						
Public	0	2	1	10		13
Commercial	1	6	1	19		27
Government	0	1	0	2		3
Other	0	5	0	4		9
<hr/>						
TOTAL	9	33	12	86		140
% of TOTAL	6	24	9	61		100
% of Pos., Neg., Neutral (n - 54)	17	61	22			
% of Pos., Neg. (n - 42)	21	79				

If we consider only those that expressed a strong positive or negative opinion on this question, the former accounted for 21% of opinion while the latter accounted for 79%.

There were comparatively few (9) submissions which considered that pay-television would result in positive benefits for the broadcasting system. The cable industry suggested this most frequently. The broadcasting industry, however, was quite unequivocal about stating that pay-television would have a negative effect on broadcasting. This was also the view of the majority of commercial groups expressing an opinion.

The preponderant opinion (5) of the production industry was that it would not have much of an effect either way. Those who expressed their opinion in unequivocal terms (4) were evenly divided between those who considered it would have a positive effect (2) and those who considered it would have a negative effect (2).

Impact on Non-Broadcasting Media

At least 39 submissions considered the impact which pay television was expected to have on the non-broadcasting entertainment media including movie theatres (TABLE 10). Of these 44% expected the impact to be positive, 44% expected the impact to be negative, while 12% expected that pay-television's effects would be neutral.

Producers particularly expressed the view that pay television would have a highly positive effect on the non-broadcasting entertainment media. Broadcasters were divided on the issue, but a majority of those who commented indicated negative results could be expected.

Commercial groups, including movie theatre owners and operators, however, clearly indicated that they expected that negative results should be anticipated.

TABLE 10

IMPACT ON OTHER NON-BROADCAST ENTERTAINMENT MEDIA - BY SOURCE

Source	Impact				No Comment	TOTAL
	Positive	Negative	Neutral			
Individual	2	1	1		33	37
<hr/>						
Industry						
Cable	1	0	0		6	7
Broadcasters	2	3	0		16	21
Producers	9	2	1		4	16
Carriers	0	0	0		3	3
Combined	1	0	0		3	4
<hr/>						
Groups						
Public	1	0	0		12	13
Commercial	1	8	2		16	27
Government	0	0	0		3	3
Other	0	3	1		5	9
<hr/>						
TOTAL	17	17	5		101	140
% OF TOTAL (n - 140)	12	12	4		72	100
% OF COMMENT (n - 39)	44	44	12			

Fragmentation

The possible effect of pay-television on audience fragmentation was commented upon in 36 submissions (TABLE 11). Seventy percent of these indicated that pay-television would create a major problem of audience fragmentation. Seventeen percent considered that fragmentation would be at least a minor problem. Only 13% stated that it would not be a problem at all.

Broadcasting and commercial interests as well as "other" groups, overwhelmingly indicated that they considered fragmentation would be a serious and major problem. The cable industry, however, considered that it would be either a minor problem or no problem at all.

TABLE 11

FRAGMENTATION

<u>Source</u>	<u>Major Problem</u>	<u>Minor Problem</u>	<u>No Problem</u>	<u>No Comment</u>	<u>TOTAL</u>
Individual	0	2	2	33	37
<hr/>					
Industry					
Cable	0	2	1	4	7
Broadcasters	11	0	1	9	21
Producers	0	1	0	15	16
Carriers	0	0	0	3	3
Combined	0	0	0	4	4
<hr/>					
Groups					
Public	1	0	0	12	13
Commercial	7	1	1	18	27
Government	1	0	0	2	3
Other	5	0	0	4	9
<hr/>					
TOTAL	25	6	5	104	140
% of TOTAL (n - 140)	18	4	4	74	100
% of COMMENT (n - 36)	70	17	13		

Siphoning Problems

The matter of siphoning was addressed by 44 submissions (TABLE 12). Eighty-two percent of these indicated that siphoning would be a problem while 18% did not consider it a problem.

TABLE 12
SIPHONING PROBLEMS

SOURCE	PROBLEM		NO COMMENT	TOTAL
	Problem	Not a Problem		
Individual	3	4	30	37
<hr/>				
Industry				
Cable	1	0	6	7
Broadcasters	14	1	6	21
Producers	3	1	12	16
Carriers	0	0	3	3
Combined	0	1	3	4
<hr/>				
Groups				
Public	3	0	10	13
Commercial	7	1	19	27
Government	0	0	3	3
Others	5	0	4	9
<hr/>				
TOTAL	36	8	96	140
% OF TOTAL (n - 140)	26	6	68	100
% OF COMMENTS (n - 44)	82	18		

Broadcasters were nearly unanimous in stating that it would be a problem, while commercial and public interest groups also supported this view.

Of 21 submissions which discussed the possibility of regulation against siphoning, a large majority (17) stated that regulations were required while a minority (4) stated that they would not be required (TABLE 13).

TABLE 13

SIPHONING REGULATIONS

SOURCE	REGULATIONS		NO COMMENT	TOTAL
	Not Required	Required		
Individual	3	1	33	37
<hr/>				
Industry				
Cable	0	0	7	7
Broadcasters	1	7	13	21
Producers	0	2	14	16
Carriers	0	0	3	3
Combined	0	0	4	4
<hr/>				
Groups				
Public	0	4	9	13
Commercial	0	2	25	27
Government	0	0	3	3
Others	0	1	8	9
<hr/>				
TOTAL	4	17	119	140
% of TOTAL (n - 140)	3	12	85	100
% of COMMENT (n - 21)	19	81		

Export Prospects

There were 20 submissions which commented upon the export prospects for Canadian programming produced through revenues from the pay-television system (TABLE 14). An overwhelming number of these (18) indicated that the export of Canadian programming could be expected from programming produced from pay-television revenues. Producers particularly supported this proposition. Commercial and public groups also indicated that they expected Canadian program export might materialize from pay-television revenues.

TABLE 14
EXPORT PROSPECTS

SOURCE	YES	NO	NO COMMENT	TOTAL
Individual	0	0	37	37
<hr/>				
Industry				
Cable	0	0	7	7
Broadcasters	1	1	19	21
Producers	6	0	10	16
Carriers	1	0	2	3
Combined	1	0	3	4
<hr/>				
Groups				
Public	2	1	10	13
Commercial	4	0	23	27
Government	1	0	2	3
Other	2	0	7	9
<hr/>				
TOTAL	18	2	120	140
% of TOTAL (n = 140)	13	1	86	100
% of COMMENT (n = 20)	90	10		

Pay Television Test Period

There were 21 submissions which discussed the issue of a test period for pay-television (TABLE 15). Of these 17 (81%) indicated a test period would be essential or desirable while 4 (19%) indicated a test period was unnecessary or undesirable.

The strongest support for a test period came from individuals (4) broadcasters (7) and public interest groups (2).

Opposition to a test period was largely expressed by the cable industry (2).

TABLE 15

PAY-TELEVISION TEST PERIOD BY SOURCE

SOURCE	YES	NO	NO COMMENT	TOTAL
Individual	4	0	33	37
<hr/>				
Industry				
Cable	1	2	4	7
Broadcasters	7	1	13	21
Producers	0	0	16	16
Carrier	1	0	2	3
Combined	0	0	4	4
<hr/>				
Groups				
Public	2	0	11	13
Commercial	1	1	25	27
Government	0	0	3	3
Other	1	0	8	9
<hr/>				
TOTAL	17	4	119	140
% of TOTAL (n - 140)	12	3	85	100
% of COMMENT (n - 21)	81	19		

Further Study on Pay-Television

A total of 49 submissions addressed themselves to whether or not further study was needed on the whole question of pay-television (TABLE 16). Of these an overwhelmingly majority of 46 (94%) indicated that such studies would be required to gain further understanding of whether, how and when pay television could best be introduced into Canadian society. Only 3 (6%) of those which expressed an opinion on this point indicated that no further study was required.

TABLE 16
FURTHER STUDY NEEDED BY SOURCE

<u>SOURCE</u>	<u>FURTHER STUDY NEEDED</u>			
	<u>YES</u>	<u>NO</u>	<u>NO COMMENT</u>	<u>TOTAL</u>
Individual	8	0	29	37
Industry				
Cable	1	1	5	7
Broadcasters	10	1	10	21
Producers	5	0	11	16
Carriers	1	0	2	3
Combined	0	0	4	4
Groups				
Public	6	0	7	13
Commercial	9	1	17	27
Government	1	0	2	3
Other	5	0	4	9
TOTAL	46	3	91	140
% of TOTAL (n - 140)	33	2	65	100
% of COMMENT (n - 49)	94	6		

The need for further study was unanimously held by all those individuals and public interest groups, producers, carriers, governments and "other" groups which expressed an opinion on the matter.

The broadcast industry which expressed its opinion was also nearly unanimous with 10 out of 11 expressing a need for further study. Similarly 9 out of 10 commercial groups indicated additional studies would be required.

Of the 3 submissions which stated no further study was required one was from the cable industry, one from the broadcasting industry and one from a commercial group.

CHAPTER VI . CONCLUSION

A Summary of the Submissions

The 140 written submissions, together with supporting oral representations, at the June 13th, 1977 public hearing into pay television , elicited proposals , observations and suggestions from many representatives of the broadcasting, cable and production industries, and from many diverse public and private organizations and associations.

The overwhelming majority of the representations were confined to an examination and exposition of the problems or opportunities which pay television's introduction might create for their specific industry, group or association. The vast majority of submissions did not attempt to deal with the full range of questions which are important to an understanding of the issues involved in the introduction of pay-television. Given the lack of experience and information on pay-television in Canada, this general lack of a comprehensive assessment of the possibilities and prospects for a pay-television system for Canada evident in all but a few submissions was not surprising. As a consequence, however, the submissions received by the Commission generally lacked comprehensive information upon which final proposals could reasonably be constructed.

Nevertheless, the submissions and representations at the public hearing made certain points evident:

- (1) A majority of submissions in which an opinion was expressed on the question of support for or against the introduction of pay television, indicated strong opposition to its introduction at this time.
- (2) The support for pay television's introduction was prominent in the cable television industry's collective representation. The P.T.N. proposal of the cable industry supported pay television's introduction suggesting that it would make a significant contribution to Canadian program production.

- (3) Opposition to pay television was central to the recommendations in the submissions of the broadcasting industry and the public interest groups. Principal representatives of the broadcasting industry, including the CBC and the CTV Network, advised against the introduction of pay television on the grounds that it would not contribute to the objectives of the Broadcasting Act.
- (4) Proposals for the organizational structure of a pay television agency generally indicated a form consistent with the interest of the group making the proposal. The cable industry proposed cable industry control and the broadcasting industry proposed broadcasting industry control. Nevertheless, mixed control was generally recommended and there was significant support for the establishment of a public corporation.
- (5) A large majority indicated a need for Canadian content and siphoning requirements.
- (6) A significant majority of those expressing an opinion on the matter of pay television's impact on the broadcasting system indicated that the impact would be negative.
- (7) The majority of the submissions proposed a "pay-per-program" method of exhibition while a "subscription" system was preferred by cable representatives.

The Commission was not, however, provided with statistical information on the public's reaction to pay television or information on the acceptability of these various methods of exhibition.

The Commission therefore conducted a national survey in an attempt to gain an appreciation of the public's knowledge and attitude, to pay-television. The survey was designed to assess the public's reaction to the three types of exhibition systems, subscription, pay-per-program, and universal. In addition, a principal objective of this survey was to evaluate the demand for cable delivered pay-television dependent upon the method of exhibition and cost. The representative national survey sample was based on responses from 2,289 individuals all of whom were living in households capable of receiving cable television.

The following represents some of the significant findings of the survey:

Two thirds of the respondents to the survey (64%) said that cable television was available where they lived and of that percentage, some two thirds (66%) presently subscribe to cable.

Relatively few Canadians surveyed were well informed about pay-television; only 6% had heard a great deal and 15% had heard something about the service. On the other hand, 38% had heard only a little and an equal proportion (38%) had heard nothing about pay-television. The remaining 3% did not respond.

Respondents, who said they lived in areas where cable was available, were asked to choose among the three ways of paying for the extra service. First, the extra channel would be part of the regular cable service and all cable subscribers would pay a little more per month. This is the "universal" method. Second, the extra channel would be made available on a "subscription" basis to cable subscribers who would elect to have it and only they would pay for it, but they would pay significantly more than under the universal option. A final option was the "pay-per-program" approach for subscribers who would elect to have it with a small fixed charge plus an additional fee per program watched.

Of those who responded to this question the subscription payment system (35%) was preferred slightly to the pay-per-program option (31%) and both were considerably more popular than the universal option (12%) as exhibition methods.

Respondents subscribing at present to cable were then asked to choose among the three ways of paying for the extra service and were asked to consider the likelihood of subscribing to pay-television given a cost of up to \$2.50 more for "universal"; a cost of about \$8.00 extra per month for subscription; and a fixed charge of \$2.50 extra per month and between \$1.50 and \$5.00 for each attraction for pay-per-program.

Of those who responded to this question, 49% said it was likely they would continue to subscribe to cable; 14% said that it was likely they would subscribe to subscription pay; and 18% said that it was likely they would subscribe to the pay-per-program option.

The same question as above was asked of those surveyed who did not subscribe to cable but who could receive cable service. 22% of those potential new subscribers said it was likely they would subscribe to the "universal" option; 7% said it was likely they would subscribe to the subscription option; 6% indicated that it was likely they would subscribe to the pay-per-program option.

The survey report analyses this basic information in terms of revenue and marketing potential given the three methods of exhibition and it contains additional interesting yet tentative conclusions.*

The results of the survey suggest that pay-television is not considered "essential" for subscribers nor do they reveal a compelling demand for this potential new programming service.

* Note

The results of the Commission survey will be made available upon request.

The Submissions and the Broadcasting Act

The commissioned survey provided a sampling of the public's perception and attitude to pay-television. The survey results on the incidence of demand must be considered and assessed within the context of the dominant structural issues affecting pay-television. The single most dominant issue is whether pay-television can make a significant and positive contribution to the Canadian broadcasting system.

The Broadcasting Act is unequivocal in its requirement that the broadcasting system must be predominantly Canadian. Section 3(d) declares that the programming provided by the Canadian broadcasting system should be "of high standard, using predominantly Canadian creative and other resources".

Most of the pay-television submissions received by the Commission contained proposals which in effect were not in conformity with this statutory requirement. These submissions were based on a pay-television service which distributed essentially United States feature motion pictures shown in their entirety without commercial interruptions.

Only a very few submissions proposed a Canadian program service or a program service devoted to Canadian mass appeal programming, and while some participants supported the introduction of Canadian content requirements, (including the Council of Canadian Filmmakers) notable, major, representatives of both the broadcasting (the CTV Network) and cable industries (P.T.N.) opposed Canadian content rules. The Canadian Cable Television Association concluded that pay-television subscribers would not subscribe to a pay service based on a Canadian content quota.

Pay-television must be acceptable to a discerning public if it is to achieve commercial success. However, this commercial success cannot be achieved at the obvious expense of important broadcasting policy principles relating to the predominance of Canadian programming.

In addition many of the proposals submitted to the Commission did not ensure that predominantly Canadian, financial or other resources would be used in the development of Canadian programming for pay-television. The proposal most favoured by representatives was the setting aside of a percentage of gross pay-television revenues for direct assistance to Canadian program production. The actual percentage proposed varied from the 15% proposed by P.T.N. and CTV to the 85% proposed by Global Communications.

The most generally accepted methods for delivery of the elective pay service was based on either monthly subscription or per program payment. The financial success of these exhibition forms of service is dependent upon providing appealing programming for which the public will pay. Canadian program production was to be supported by "spin-off" revenues and 15% of gross revenues was recommended by the majority of those who submitted complete proposals.

The Commission believes that the broadcasting objectives are not achieved if Canadian programming is merely tolerated and subsidized by a level of revenue almost universally well below a predominant level.

On the basis of the proposals submitted and heard at the public hearing the Commission has concluded that no single proposal achieved an acceptable level of commitment to present broadcasting policy objectives and requirements. If the objectives of the Broadcasting Act are to be respected, pay-television must be a predominantly Canadian service.

The CBC submission was of great assistance to the Commission in its deliberations and the compelling contribution of the Council of Canadian Filmmakers established significant standards for future policy commitment. However the "universal" element in the Council's proposal requires a mandatory tax on all cable subscribers which is not sanctioned by legislation.

It is, therefore, the Commission's view that it is not possible on the basis of submissions and the Commission's further analysis to recommend the introduction of pay-television at this time.

CHAPTER VII

Planning a Pay-Television Policy for Canada

Although the Commission believes that the pressures for the introduction of pay-television in Canada should be resisted at this time, it is aware that this pressure will neither diminish nor abate. This is due in part to an awareness in Canada of the growing acceptance of pay-television in the United States and to the development of certain technological improvements which have had a considerable influence in reducing delivery costs. It is also due to the continuing pressure exerted by entrepreneurs in Canada and the United States who regard pay-television as a new and potentially profitable commercial enterprise, and who will, in all likelihood, continue to explore various innovative means for the establishment of some form of pay-television service.

The Commission's analysis has clearly demonstrated that the issues of pay-television are complex and directly related to national broadcasting concerns. The need for the planning of a national policy on pay-television prior to its introduction, by government departments and agencies is therefore paramount. Only if planning is carried out in advance can there be prior assurances that the potential value of pay-television to the private and public elements of the broadcasting system will be realized. Accordingly the Commission has given further consideration to objectives and operational guidelines which should influence policy planning for the introduction of a future pay-television service.

(1) Objectives for a Canadian Pay-Television Policy

To remain in conformity with the statutory objectives for broadcasting outlined in the Broadcasting Act, the Commission would recommend, as expressly reflecting section 3 policy requirements, the following set of objectives:

1. Pay-television must provide a predominantly Canadian programming service of high quality.
2. This programming service must maximize both the exhibition opportunities for Canadian programs and the proportion of pay-television revenue available to acquire and invest in Canadian programs.
3. Pay-television must provide a programming service in Canada's two official languages.

4. Pay-television must be a national service with its extension throughout the country being consistent with its ability to remain predominantly Canadian.

In order to achieve these objectives, the Commission proposes for consideration the following guidelines for any future Canadian pay-television service to be regulated and supervised by an independent public authority with a view to implementing the broadcasting policy enunciated in section 3 of the Broadcasting Act.

(2) Guidelines for Pay-Television

A Single National Pay-Television Network

It has been proposed that pay-television be introduced into Canada by individual licensed operators who would obtain their own programs, distribute them and arrange for their exhibition. These operators could be existing licensees or any other individual who wished to introduce a local pay-television service. These local operators would be in a position to produce an attractive programming package reflecting the specific interests of the community served. In addition a local operator could quickly change the programming format or marketing practices in response to his subscriber's requests. However, the licensing of numerous independent operators throughout Canada would risk unnecessarily the consolidated achievement of pay-television objectives.

It is the Commission's view, for the following reasons, that a single national pay-television network should be established:

1. A single national network offers the maximum opportunity to generate and consolidate available resources to acquire, invest in, commission, market and schedule Canadian produced programming.
2. The single agency would be in a preferred position to acquire program material, especially United States programming, on the most advantageous of terms, because it will be negotiating for programming for a substantial national market without competition from alternative pay operations.
3. The single agency should be able, with economies of scale, to limit the costs of administration, distribution, and marketing.

4. The single agency should be able to guarantee national exhibition, access, and distribution for quality Canadian programming.
5. The single agency should have sufficient resources to initiate and underwrite imaginative programming proposals; to risk capital on new and developing Canadian talent; and to adopt flexible means of remuneration for Canadian produced programming.
6. The national agency should be in a most advantageous position to negotiate the best possible contractual terms with common carriers for the distribution, whether by satellite or microwave, of pay programming. At the same time the network should be in a strengthened position to achieve advantageous contractual arrangements with local operators exhibiting pay-television.
7. The national agency should be in a preferred position to offer programming for French-speaking audiences. It will also have the necessary flexibility and capability to recognize and respond to regional programming preferences. Similarly, the network could ensure the inclusion of international programming and could prepare English or French language versions by dubbing or sub-titling if required.
8. The national agency should be directly responsive to regulatory requirements to achieve national policy objectives.

Ownership and Corporate Form

In order to conform to the requirements of the Broadcasting Act, it is evident that the pay-television network agency must be Canadian owned and controlled.

The pay-television network agency could be incorporated in one of three basic forms. It could be a private company, a mixed corporation combining private and government interests (in the manner of Telesat Canada) or a Crown corporation. All three corporate forms could be established either by statute or by incorporation. The form of incorporation should not be the determining factor in selecting a corporate structure, but rather its ability to achieve the objectives should be the decisive factor.

In the Commission's view, a private company involving a wide range of relevant interests and capabilities is the corporate form most suitable to achieve the flexibility of response necessary to meet the objectives for pay-television established pursuant to the Broadcasting Act and to produce Canadian programming with domestic and international appeal.

It was suggested in several submissions to the Commission that a Crown agency would be the preferred corporate form to ensure the commitment to national policy objectives. It has not been demonstrated, however, in the analysis, that there is any unique co-relation between government control or ownership and the significant achievement of national objectives.

It was also suggested in representations to the Commission that the Board of Directors of any pay-television agency must be equally representative of all potential interests involved in a pay-television system, including representatives of the public, broadcasters, cable operators and the program production industry. It is the Commission's view that the Board of Directors should in fact represent the shareholders and it is understandable that private interests will require assurances through the majority of representation on the Board of Directors that their investments are protected. It does not follow, however, that in a private incorporation the concern for this private investment will prejudice the company's overall commitment to pay-television objectives. While the majority of the Directors will represent investor interests, it should also be possible in a private incorporation to ensure that there are representatives on the Board reflecting the views of those contributing and involved in the development of a new national pay-television service.

If private investors provide the initial capital or loan guarantees for the single national agency, then it is clear that those private investors will require a reasonable return on their invested capital. The acceptance of this reality has assisted the Commission in its conclusion that in principle a significant percentage of gross revenues should be allocated by the national agency for the achievement of programming objectives. A private agency faced with the financial implications of meeting mandatory content and revenue allocation requirements will absorb these expenses as a cost of doing business or cease doing business. This dominant factor will impress on the private interests the necessity of a commercially successful programming operation requiring administrative efficiency, the reduction in operating expenditures, and heightened entrepreneurial initiative.

The Commission is of the view that these are compelling reasons to support a private national pay-television agency for the introduction of pay-television in Canada.

Canadian Programming

Those who commented on pay-television or proposed its immediate introduction indicated that pay-television would undoubtedly have to depend on foreign, especially United States programming. This new programming service, to remain in conformity with the Broadcasting Act, will, however, have to provide programming of "high standard, using predominantly Canadian creative and other resources".

These demanding and competing requirements again illustrate the Canadian broadcasting dilemma. The private sector of the Canadian broadcasting system to a high degree depends on United States programming as the financial support basis for its Canadian programming. Compromises have had to be made within the Canadian system to meet requirements for Canadian programming. Not infrequently Canadian programming has been forced into and around the edges of prime time exposure.

In the light of this, it is necessary to assess whether and how a pay-television system can ensure that the programming is:

1. of high standard;
2. uses predominantly Canadian creative resources; and,
3. uses predominantly other Canadian resources.

To ensure the predominance of Canadian creative and other resources, Canadian programming must be a main element. To assist in ensuring this predominance in quantifiable terms, it could be stipulated as a Canadian content rule that the majority of the programming should be Canadian, especially in prime time viewing hours. It is assumed that this minimum quantity requirement may create Canadian programming of high standard.

Another potential requirement, again in quantifiable terms, could be a stipulation that a significant percentage of gross revenues, possibly together with a percentage of net profits, should be directly allocated to Canadian program production. Again these resource allocation requirements would be established in the expectation that programming of high standard may result.

Numerous other proposals were received complementing these requirements, including the use of an off-air pay system for exclusively Canadian programs; the combination of pay with a Canadian re-run channel; the provision of access time for Canadian producers who would gain all the financial returns for the exhibition; a sliding formula of payment on the price paid by the subscriber, rising upwards for a Canadian production. All these stipulations are quantifiable, again with an expectation of quality programming to follow.

Experience would suggest that a combination of two principal factors maximizes the possibility of high quality Canadian programming; the availability of significant resources intelligently managed, and the availability of prime time access for showcasing Canadian programs.

For pay-television the Commission would recommend consideration of the following requirements to meet programming objectives:

1. A Canadian content rule of at least 50%.
The Commission is also persuaded that the same percentage for prime time scheduling to showcase Canadian productions should be instituted, probably on a monthly basis.

The possible introduction of flexible Canadian content rules which would give higher credit for increased financial expenditures, a premium for the increased use of Canadian talent, scheduling preference and other indicia, must be seriously considered.

2. At a minimum, regardless of the exhibition form decided upon, 35% of gross revenues should be allocated to Canadian programming and the possibility of a percentage of net profit also allocated should not be discounted. The financial support provided to Canadian programs should be governed by commercial indices, and subsidies should not be considered.

A 35% allocation of gross revenues, together with the executive, management, technological and other resources involved, should ensure a predominance of Canadian resources.

* Note: A Commission staff research paper concluded that at a minimum 30% of gross revenue should be available for Canadian programming purposes.

- The Commission considers these as equitable, reasonable recommendations because the revenues received by the agency will stay with the pay-television network for reinvestment and the imagination and enterprise displayed in that reinvestment will ensure a continuous and significant return on capital invested.
3. There should be regulations for siphoning to exclude from pay schedules programming normally presented on conventional television. It is anticipated that on pay-television there will be a much greater concentration on the performing arts, theatre and musical presentations.
 4. It should be clearly established by contract or otherwise that what is made available as a Canadian program offering on pay should be offered for available off-air release after a reasonable period. The pay agency will receive substantial compensation for this release but the public at large should not long be denied the benefits of new creativity in Canadian programming.
 5. All commitments to Canadian content, Canadian resource allocation and other factors, should be contained within a promise of performance which will determine, in the final analysis, which consortium or interest will receive a network license for its pay-television proposal.

Distribution of Pay-Television Programming

On the national level the means for the distribution of pay-television should be left to the agency's determination. It will be the cost which will determine whether microwave, satellite or the bicycling of programs will be employed.

It would seem highly desirable to fully explore the use of satellite channels for the distribution of pay programming, especially if such distribution is combined with a more universal and complete distribution of Canadian television signals to all areas of Canada. This is considered an essential pre-requisite. The use of satellite should also be considered because:

1. The distance insensitive nature of the satellite provides a national signal availability. This could be particularly important for the distribution of French and English programming.
2. It provides greater flexibility for changes in network configuration.
3. It facilitates easier producer access from regional centers to a national distribution system.
4. United States experience indicates that the use of the satellite for pay-television can represent the start of a new national distribution system which has great potential for a wide variety of program services.

Local delivery of the pay service could be by over-the-air, cable, MATV, multi-point distribution systems, or any combination of these systems.

The pay agency should determine the most appropriate method to be used based upon favourable contractual arrangements to be arrived at with the local exhibitor. There is no inherent and compelling reason why cable systems must be

chosen for the delivery of pay-television programming in every area to be served. If an exhibitor demonstrates that through other means a higher return from the service is achievable, then presumably that alternative method will be chosen since it is incumbent upon the agency to maximize its revenues for Canadian programming purposes.

The extent and pace at which there will be distribution of the programming package to local exhibitors must be governed by two demanding requirements. It is important that as a Canadian programming service pay-television should be distributed nationally. At the same time its physical extension and expenditures on technical facilities should not be at the expense of a heightened valid contribution to the development of quality Canadian programming.

A principal objective for pay recognizes that national extension must remain consistent with the predominance of the Canadian programming. The attainment of these requirements must be left principally to the management of the network agency with accountability in the final analysis to regulatory authority.

Exhibition

It is anticipated that a contractual arrangement will be entered into between representatives of the network pay agency and the local exhibitor. In negotiating these contracts, the agency will be guided by commercial imperatives and the overriding objective to maximize revenues at the disposal of the agency for programming purposes. It is assumed that the local exhibitor will be fairly compensated for certain expenses including delivery charges, servicing and billing costs, administration, advertising of the programming, and, in addition, a reasonable profit on operations.

It is conceivable that the agency would wish to explore other arrangements for exhibiting pay programming if it will improve its financial capability. The possibility of the agency carrying out the entire pay service function, including exhibiting, while negotiating lease arrangements with cable operators for channel capacity, should not be foreclosed. This may be an unlikely eventuality but all possible exhibiting arrangements should be explored. At the same time the class of exhibitor should not be limited. It should be possible for any person, including an MATV operator, a cable operator, a broadcaster and an individual entrepreneur to compete as the local exhibitor of the pay-television programming service.

It is envisaged that there should be an open and competitive system and there is no compelling reason why a

single exhibitor should have monopoly rights over any specific geographical area. It is recognized, however, that cable television, as a means of exhibition, may have a preferred negotiating position, but there is no fundamental reason why in every area cable should be the local exhibitor nor exclusively the exhibitor. The exhibition system which maximizes the revenue return to the agency should be the controlling factor.

In addition, it should not be assumed that if a cable system is the local distributor that a subscriber must have to pay for conventional cable service in order to be able to obtain the pay programming. An open election should be available to a subscriber to choose the programming service available to him.

Methods of Exhibition

As has been indicated, the pay-television signal can be brought to the subscriber's home by a variety of local distribution systems such as cable, over-the-air, and MATV. At the subscriber's home, the pay-television signal can be controlled in a number of ways so as to provide a range of different methods of program exhibition. The method of exhibition adopted determines how the subscriber pays for the programs. The method of exhibition also affects the potential levels of revenue and the operational aspects of the program exhibition process.

To explore these issues, the Commission has considered three methods of exhibition. These are:

- a) Subscription pay-television
- b) Pay-per-program pay-television
- c) Universal pay-television

In the subscription method the incoming signal is usually "scrambled" so that it is impossible for the viewer to obtain normal picture and sound reception unless a "descrambling" unit is used. The pay-television subscriber usually pays an initial fee for the "descrambler" plus an extra recurring fee for the ongoing program service. The subscription system fee is usually about \$8.00 per month. If the service is delivered by cable this would be in addition to the regular cable rate. This system can be used with cable or over-the-air delivery systems.

In the pay-per-program system the subscriber is able to select only those programs it decides to view. As with the subscription system there is usually an initial fee for the "descrambling" unit plus per program charges based on actual viewing. This system requires a very sophisticated home terminal, i.e. descrambler, which not only decodes the

signal but also records what programs are watched and when. This information is then transferred to the billing system. This system can also be used with cable or over-the-air delivery systems.

The universal system is not really a form of pay-television in that it is not an "optional" service like subscription or pay-per-program. In the universal system a special program service would be distributed to all of the cable homes in Canada. Subscribers would then be required to accept an across-the-board rate increase to offset the cost of providing the service.

The rate increase, around \$2.00, would be relatively low when compared to the costs associated with the provision of other systems of pay-television. However, there is no choice for the cable subscriber who must receive the extra channel and pay the increased rate.

An accompanying chart compares the three systems by examining some of their important characteristics.

It is assumed that initially the pay-television exhibition system may be operated in a subscription mode because this method is the least complex to introduce and operate. However, it will be necessary to design the exhibition system so that a transition can be effected between the subscription and pay-per-program methods as the pay-television system develops and matures.

The universal system should be considered if governments conclude that by statute it should be mandatory for all cable subscribers to contribute to the financing of Canadian programming to ensure that Canadian objectives are achieved.

NOTE

- The Commission staff has undertaken extensive studies of the three pay-television exhibition systems. It should be emphasized that each of the background studies is based on a series of assumptions and that as a consequence the practical advantages and disadvantages of each system can only be verified by actual practical experience.
- All of the above studies are available upon request.

Three Possible Canadian
Pay-Television Services

Factors	Universal	Subscription	Pay-Per Program
Capital costs for equipment start-up	Low	High	Highest
Options for viewer	None (compulsory for all cable subscribers)	Monthly choice to take package or not	Choose each individual program to be viewed
Relative risk of fragmentation	Highest	Medium	Lowest
Cost to viewer	Low (e.g. \$2 per month) but mandatory	\$8 to \$10 per month if service is desired	1.50 to 5.00 approximately per program chosen (plus monthly charge for terminal)
Terminals in home	May require converter	In home or on a cable drop outside home; fairly sophisticated	Very sophisticated device needed in home or on cable TV system
National availability	Available to all cable subscribers, but only to cable subscribers	Theoretically available to everyone (cable or over-the-air)	Theoretically available to everyone (cable or over-the-air)
Adaptability to over-the-air	No	Yes	Yes
Billing procedure	Simplest (add on charge to cable billing)	Simple (add on charge to pay-subscribers only)	Complex (variable amount to each customer)
Promotional investment required	Lowest	High	High

Three Possible Canadian
Pay-Television Services

Factors	Universal	Subscription	Pay-Per Program
Churn*	None (possible cable disconnect)	High	Moderate
Ability of viewer to determine preference	None (use of channel measurable by BBM and Nielsen surveys)	Moderate	Highest
Necessity to respond directly to mass viewer preference	Lowest	High	Highest
Probable access for specialized programming	Lowest	Moderate	Highest

* Churn: Term used to indicate the level of turnover of pay-television subscribers due to dissatisfaction with service or moving. In the United States recent annual churn rates for pay-television were as high as 83%. Churn is a major concern because the cost of disconnecting and connecting a house is substantial.

Regulation

A complete analysis of the possible introduction of pay-television must include consideration of those regulatory policies required to achieve the designed objectives. Consideration should therefore be given to regulatory practice in the following areas, although comment in these areas should not be considered as an exhaustive description of all possible regulatory principles.

1. Siphoning

There would have to be regulatory constraints to preclude siphoning of certain programs. This is generally accepted. Canadians are entitled to a wide and free access to Canadian programming and regulatory provisions would be required to ensure continuance of that programming.

Program siphoning will be difficult to define precisely. If the programs presently available on conventional television could be categorized and if these programs were not subject to change over time, then presumably siphoning could be regarded as any movement of such programs from conventional television to pay-television. The difficulty is that the programming forms will evolve. In such circumstances a labyrinth of rules and regulations would be required to maintain anti-siphoning principles if all forms of programming were to be reserved for conventional television.

It would appear that sophisticated limited anti-siphoning measures will have to be developed. It is more than likely that anti-siphoning controls will be required for live actuality programming possibly films and sports events.

2. Fragmentation

The addition of another entertainment programming service will lead undoubtedly to a reduction in the viewing of certain Canadian programs. Further fragmentation is inevitable but the extent of that fragmentation and the affect on available Canadian and United States programs is speculative. Such variables as the method of exhibition, scheduling, and Canadian content requirements will influence the fragmentation factor.

Further fragmentation of presently available Canadian programming is a cost that must be taken into account in balancing the benefits that are theoretically to be derived from the possible introduction of pay-television. No regulatory policy can eliminate the fragmentation consequences. It must be judged whether the positive benefits of a new predominantly Canadian program service will offset this and other negative factors.

3. Canadian Content

The Commission has previously commented on the necessity for the introduction of Canadian content regulations to ensure the realization of the predominance of Canadian programming using Canadian creative and other resources.

There is every likelihood that present Canadian content rules would have to be adapted to meet the specific requirements of pay-television including an obligation to present Canadian programming over a more restrictive period of time and in prime time viewing hours for pay-television.

The Commission has suggested that flexibility may be introduced into quantifiable rules to allow for increased credit for Canadian programs which require substantial financial investment; which engage a preponderance of Canadian talent; which commission Canadian performances; which guarantee foreign sales and other similar indices.

4. Promise of Performance

The Commission anticipates that if pay-television is to be introduced based on a single national network agency concept then it will be essential for the proponents of an agency structure to detail, in a promise of performance, operational provisions and guidelines. These detailed provisions, governing the programming activity of the agency, will be enforced as a condition of licence.

The promise of performance should include specific details on the corporate structure and ownership of the agency; on the minimum percentage of gross revenue to be allocated exclusively to Canadian programming; on the percentage of net profits to supplement funding for Canadian programs; on the provisions for the establishment of programming in both official languages; and on all other details relevant to an operational response to achieving pay-television objectives.

The promise of performance will be the most compelling factor to determine, in a competitive sense, which agency consortium is chosen to guarantee the achievement of policy objectives.

5. Commercial Advertisements

It is assumed that commercial advertising will not be permitted as part of the programming service. The pay-television operation will rely on subscriber fees for compensation.

6. Rate Regulation

It is anticipated that certain operational aspects of the system may be subject to rate regulation. The lease fees charged to the network operator by a cable licensee could be rate regulated. It might be desirable to control the terminal lease fees to subscribers in the interest of providing an equitable service cost to pay-television subscribers. On the other hand, per program or subscription pay charges for the pay-television service may not be rate regulated since it is important to allow these to be responsive to the market place. A further element of the service which might be subjected to rate regulation, in the interest of providing equitable exhibition opportunities, is the lease fee charged to independent producers by the network operator for program time.

7. Licensing

It is contemplated that the single national program agency would be licensed for network operations. In addition, those local exhibitors distributing pay-television on a conventional MATV or CATV system and those broadcasting pay-television over the air would be licensed under certain terms and conditions.

(3) Recommendations for Pay-Television

These recommendations and observations are based on the valuable submissions received by the Commission, on studies carried out by the Commission, and on an examination of United States experience with various pay-television systems. The one common feature of these studies and submissions is that they are based on hypotheses, structured without benefit of any practical Canadian experience to attest to their validity.

The limited Canadian experience of pay-television in large metropolitan hotels, based predominantly on United States feature length films, is obviously not a sufficient or meaningful experiment on which to conclude that pay-television could or could not make a constructive and valuable contribution to the Canadian broadcasting system.

In planning a national policy for pay-television, consideration should be given to the possibility of establishing pilot projects in selective representative market areas to test pay-television. These pilot projects should be so structured as to test many variables including: different corporate structures; siphoning and fragmentation consequences; programming in different languages and the development of various program packages; alternative access arrangements for Canadian film producers; alternative distribution methods; the three principal methods of exhibition; Canadian content regulations; and subscriber demand and sensitivity to subscription rates.

Obviously there are drawbacks to actual experiments. Evidence gained cannot be conclusive because not enough experiments can be conducted which could have both a large enough sample and test all combinations and permutations. However some invaluable information would be gained.

Also it is arguable that experiments of this scale and nature cannot be terminated, especially if private capital has been invested. This is a valid concern, but the problem could be minimized if a public, non-profit organization were established to conduct each experiment and the automatic dissolution of the experiments was incorporated in the project description.

A more difficult problem with experiments, limited to certain market areas, is the problem of the "fixed cost" of programming. The production or exhibition cost of a feature film is essentially fixed regardless of the number of viewers watching. Experiments in small markets may be less effective in measuring the impact of pay-television on the production of Canadian feature length films. This may indicate that some experiments must take place in large markets. If this is so the importance of the organization licenced for experimentation is highlighted.

On balance, experimentation is preferred. With the results it should be possible to judge and assess the extent to which a form of pay-television could be introduced into Canada capable of achieving national policy objectives.

The objectives and operational requirements established for the introduction of pay-television are onerous. To establish a national pay-television system with a single national agency on the basis of a proposed promise of performance which may immediately require concessions to sustain its operational activity, would be unacceptable.

The examination of possible guidelines for the future introduction of pay-television in Canada reinforces the Commission's principal conclusion that it would be premature and impossible to endorse the introduction of a national pay-television system at this time.

APPENDIX A

List of those representatives who appeared at
the June 1977 Public Hearing on Pay-Television
by Source of Submission

Source of Submission

Individual

Industry

- Cable

- Liora Salter

- Canadian Cable Television Association/L'Association canadienne de télévision par câble (CCTA/ACTC)
- PTN Pay-Television Network Ltd./RTP Le réseau de télévision à péage Ltée
- Western Coded Television Ltd.
- Canadian Broadcasting Corporation/Société Radio-Canada
- Télé-Métropole
- Canada's private television broadcasters (CTV)
- Canadian Association of Broadcasters/L'Association canadienne des radiodiffuseurs (CAB/ACR)
- Global Television Network
- Council of Canadian Filmmakers (CCFM)
- Productions Mutualles/Mutual Productions
- Canadian Association of Motion Picture Producers
- Quadrant Films
- Trans-Canada Telephone System (TCTS) and Telesat Canada
- Bell Canada
- CN/CP Telecommunications and Agra Industries
- Société d'édition électronique,
National Cablevision/Cablevision Nationale
- Combined

Groups
- Public

- Consumers Association of Canada/L'Association des consommateurs du Canada
- Joint appearance of Council of Canadian Filmmakers (CCFM), Canadian Conference of the Arts, the Canadian Broadcasting League (CBL), the Canadian Film Television Producers Association, Selkirk Holdings Ltd., the Canadian Labour Congress (CLC)
- Canadian Conference of the Arts/Conférence canadienne des arts (CCA)
- Canadian Association for Adult Education (CAAE)
- Inter-Church Communications
- Canadian Broadcasting League/Ligue de la radiodiffusion canadienne (CBL/LRC)
- Commercial
 - Canadian Labour Congress/Congrès du travail du Canada (CLC/CTC) and Association of Canadian Television and Radio Artists/Association des artistes canadiens de la télévision et de la radio (ACTRA/AACTR)
 - Association des propriétaires de cinéma du Québec and Canadian Motion Picture Theatre Owners
 - Joint Broadcasting Committee of the Association of Canadian Advertisers and the Institute of Canadian Advertising

Groupes
Publics

- L'Association des consommateurs du Canada/Consumers Association of Canada
- Comparution conjointe de Council of Canadian Filmmakers (CCFM), Canadian Conference of the Arts, the Canadian Broadcasting League (CBL), the Canadian Film Television Producers Association, Selkirk Holdings Ltd., the Canadian Labour Congress (CLC)
- Conférence canadienne des arts/ Canadian Conference of the Arts (CCA)
- Canadian Association for Adult Education (CAAE)
- Inter-Church Communications
- Ligue de la radiodiffusion canadienne/Canadian Broadcasting League (LRC/CBL)
- Commerciaux
- Congrès du travail du Canada/Canadian Labour Congress (CTC/CLC)
- L'Association des artistes canadiens de la télévision et de la radio/ Association of Canadian Television and Radio Artists (AACTR/ACTRA)
- Association des propriétaires de cinéma du Québec et Canadian Motion Picture Theatre Owners
- Joint Broadcasting Committee of the Association of Canadian Advertisers and the Institute of Canadian Advertising

ANNEXE A

Liste des représentants qui ont comparu en juin 1977
à l'audience publique sur la télévision à péage,
selon les auteurs des mémoires

Auteurs des mémoires

- | | |
|---|--|
| Particuliers | - Liora Salter |
| Industrie | |
| - Cablodiffuseurs | - L'Association canadienne de télévision par câble/Canadian Cable Television Association (ACTC/CCTA) |
| | - RTP Le réseau de télévision à péage Ltée/PTN Pay-Television Network Ltd. |
| - Radiodiffuseurs | - Western Coded Television Ltd. |
| | - La Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation |
| | - Télé-Métropole |
| | - Canada's private television broadcasters (CTV) |
| | - L'Association canadienne des radiodiffuseurs/Canadian Association of Broadcasters (ACR/CAB) |
| | - Global Television Network |
| - Producteurs | - Council of Canadian Filmmakers (CCFM) |
| | - Productions Mutuelles/Mutual Productions |
| | - Canadian Association of Motion Picture Producers |
| | - Quadrant Films |
| - Exploitants de services de télécommunications | - Trans-Canada Telephone System (TCTS) et Telesat Canada |
| | - Bell Canada |
| | - CN/CP Telecommunications et Agra Industries |
| - Mixte | - Société d'Édition électronique, Cablevision Nationale/National Cablevision |

Un problème plus difficile relève aux projets-pilotes, limite à certains marchés, est celui des "couts fixes" de la programmation. Le coût de production ou de diffusion d'un film est toujours constant, quel que soit le nombre de spectateurs. Les projets menés sur de petites marchés peuvent être moins efficaces à mesurer l'impact de la TVP sur la spécificité. Les projets menés sur de petits marchés peuvent être moins efficaces à mesurer l'impact de la TVP sur la spécificité.

En conclusion, il est préférable de tenir des expériences. Il devrait être possible d'évaluer dans quelle mesure une forme de télévision à peage nationale Canada pourrait atténuer les objectifs de la politique nationale.

Les objectifs et exigences opérationnelles pour l'avènement de la télévision à peage sont nombreux. L'établissement d'un système de télévision à peage national souffre une agence exclusive, proposant une promesse de réalisation qui pourrait immédiatement exiger des concessions pour appuyer ses activités opérationnelles, sauf tout à fait inacceptable.

L'examen de lignes directrices éventuelles pour l'introduction future de la télévision à peage au Canada confirme la nécessité concrète d'un succès initial qui sera tenu compte parmi les recommandations de l'introduction à la télévision à peage à l'heure actuelle.

Toutes ces recommandations et observations sont faites à partir des divers mémoires qu'a rédigus le Conseil, des études qui, il a entreprisées et de l'examen de l'expé-rience que les Etats-Unis ont des divers systèmes de télé-visions à Péage. Ces études et sommes sur toutes un point commun du fait qu'elles sont basées sur des hypo-thèses, et le manque d'expérience canadienne dans ce domaine ne permet pas de vérifier leur véracité.

L'expérience canadienne de la télévision à Péage, dans de grands hôtels de certains centres urbains, étant limitée et basée en grande partie sur la diffusion de longs métrages des Etats-Unis, n'est certes pas suffisamment structurée et fâgion à évaluer plusieurs aspects, notamment tester la télévision à Péage. Ces projets pilotes serviront donc diverses structures de sociétés offertes, les consé-quences du détournement et de la fragmentation, la program-mation dans différentes langues, la concurrence entre programmes, d'autres possiblités d'accès pour les producteurs de films canadiens, d'autres méthodes de distribution, les trois principes méthodes de distribution, les réglementations pour le contenu canadien ainsi que les demandes des abonnés et leur réaction aux taux d'abonnement.

Les projets-pilotes ont également des désavantages. On ne saurait toutjours en tirer des conclusions finales car ils sont trop peu nombreux et n'offrent pas un échantillon-nage suffisant pour évaluer tous les facteurs. Ils permettentraient néanmoins d'obtenir des renseignements très utiles.

On peut être mené à terme notamment si des capitaux privés ont été investis. Cetle remarque est juste, mais on pourrait minimeriser le problème en créant une organisation publique à but non lucratif chargée de mener à terme chaque projet, et qui prévoit la cessation automatique de chaque projet, et qui prévoit la cessation automatique de chaque projet, et qui prévoit la cessation automatique de chaque projet.

On s'attende à ce que certains aspects opératifs du système solaire assujettis à la réglementation des taux. Les tarifs de location d'infrastructures à l'exploitant du réseau par un titulaire de licence de télévision par cablé pourraient être réglementés. Il serait également souhaitable de centraliser les tarifs de location aux abonnés des terminaux pour que la télévision à paye soit équitable. D'autre part, les frais de la télévision à paye sont équitables et doivent être réglementés pourront ne pas être réglementés afin de dépendants par l'exploitant du réseau, pour la localisation de temps de programmation pourraient également être assujettis à la réglementation pour que les possiblités de diffusion offertes soient équitables.

6. Réglementation des taux

Il est prévu qu'on ne permettra pas la diffusion d'annonces publiques à l'intérieur du service de programmation. La télévision à paye fonctionnera avec les sommes versées par les abonnés.

5. Announces public initiatives

Cette promesse de régulation sera le facteur déterminant, dans un sens concurrentiel, qui permettra de choisir l'agence garantissant que les objets de politique seront effectivement atteints.

Programmation canadienne, sur le pourcentage du profit net aidant au financement de programmes canadiens, sur les dispositions pour la réalisation de programmes dans les deux langues officielles et sur tout autre détail permettant de répondre aux objectifs de la législation à peage.

La promesse de réalisation devrait faire mention de détails précis sur la structure des actions excluives du revenu brut devant être alloué exclusivement à la propriété de l'agence, sur le pourcentage minimal

représenteront une condition de la licence. La programmation de l'agence, seront mises en vigueur et directrices. Ces dispositions détaillées, régissant la dispositions opératrices ainsi que les principes détailler, dans une promesse de réalisation, les la proposition d'une structure d'agence devrait être exclusive, le Consell est d'avis que les partisans de l'exclusivité à partie du concept d'une agence nationale faire à l'avancement de la télévision à page doit se

4. Promesse de réalisation

garantissent des ventes à l'étranger, etc. Partonnent des émissions canadiennes et qui appellent à une majorité de tâlents canadiens, qui nécessitant d'importantes investissements, qui font d'accorder davantage de crédit aux programmes canadiens pourraient être introduite par des règles mesurables afin de toute variabilité sur le contenu canadien pourraient être adaptées afin de rencontrer les exigences

grande écoute de la télévision à page. Sur une période plus limitée et durant les heures de l'obligation de présenter la programmation canadienne partiellement de la télévision à page, notamment être adaptées afin de rencontrer les exigences actuellement en vigueur sur le contenu canadien devront selon toute variabilité, les règles

des ressources canadiennes créatrices et autres. Programmation à predominance canadienne sera appelé à canadien afin de s'assurer que la réalisation d'une nécessaire d'introduire des règlements sur le contenu nécessaire d'indiquer qu'il était

3. Le contenu canadien

negatif, ainsi que d'autres du genre. À predominance canadienne compenseront ce facteur si les avantages d'un nouveau service de programmation conséquences de la fragmentation. Il faudra donc juger réglementation quelle soit ne peut liminer les bénéfices qu'il devrait théoriquement de canadienne actuelle disponible, lors du calcul des canadienne grande fragmentation de la programmation d'une plus grande fragmentation de la programmation il faudra par ailleurs tenir compte des coûts

Réglémentation

1. Détournement

Il faudrait tenir compte dans toute analyse complète de l'introduction possible de la télévision à certaines régularités possibles.

Péage, de la réglementation nécessaire pour atténuer les objets fixes. Il faudrait donc envisager une certaine réglementation dans les secteurs ci-après,

quique tout commentaire dans ce sens ne devrait pas être pris comme une description exhaustive de tous les principes régulatrices possibles.

Il faudrait instaurer une certaine réglementation pour établir le détournement de certaines emmisions. Ce fait est généralement accepté. Les Canadiens ont droit au libre accès à la programmation canadienne, et des règlements devront être imposés pour que cette tendance se maintienne.

Il sera particulièrement difficile de définir si les programmes accueillent régulièrement des téléspectateurs traditionnelles à la télévision conventionnelle.

Si les programmes accueillent régulièrement des classes par catégories et si, dans ces dernières, il faut que certains soient réservés à la télévision conventionnelle.

Il apparaît donc qu'il faudrait concevoir des mesures anti-détournement limitées, et il est plus que probable que des contrôles anti-détournement servent à peu près à la même mesure que les émissions d'informations direct, nécessaires pour les émissions d'information en direct, et peut-être même les films et les événements sportifs.

2. Fragmentation

La création d'un nouveau service de programme de divertissement entièrement sans aucun douce la réduction du taux d'écoute de certains programmes canadiens et américains conséquences sur les programmes canadiens et américains disponibles sont hypothétiques. Certaines conséquences sont donc inévitable mais son ampleur et ses

comme la méthode de contenu canadien au point une autre fois que les programmes canadiens. Une plus grande fragmentation

est donc inévitable mais son ampleur et ses

et les influences de diffusion canadien, l'horaire des spectacles

certains facteurs, comme la méthode de diffusion canadien au point une autre fois que les programmes canadiens. Une plus grande fragmentation

TROIS SERVICES POSSIBLES

DE TELEVISION A PEAGE AU CANADA

Facteurs	Universel	Par abonnement	Par émission
Facturation	Très simple (sur la facture du câble)	Simple (facturation uniquement aux abonnés de la TVP)	Compliquée (le montant est différent pour chaque client)
Investissements nécessaires pour la promotion	Très faibles	Elevés	Elevés
* Taux de roulement	Aucun (débranchement possible du câble)	Elevé	Moyen
Possibilités offertes au téléspectateur	Aucune (utilisation du canal mesurable par BBM et enquêtes Nielson)	Moyennes	Très élevées
Nécessité de répondre directement à la préférence des téléspectateurs	Très faible	Elevée	Très élevée
Accès probable à la programmation spécialisée	Très faible	Moyen	Très élevé

* Taux de roulement: Terme servant à préciser le taux de roulement des abonnés à la télévision à péage cessant leur abonnement parce qu'ils sont mécontents du service ou qu'ils déménagent. Aux Etats-Unis, les derniers taux de roulement annuels pour la télévision à péage sont aussi élevés que 83%; cette question est très importante car les frais de branchement et de débranchement sont relativement élevés.

TROIS SERVICES POSSIBLES

DE TELEVISION A PEAGE AU CANADA

Facteurs	Universel		Par abonnement	Par émission
	Faibles	Eleves		
Coûts du capital pour le matériel de départ				
Choix du téléspectateur	Aucun (obligatoire pour tous les abonnés au câble)	Possibilité de choisir tous les mois	Possibilité de choisir chaque émission	Très élevées
Risque relatif de fragmentation	Très élevé	Moyen	Très faible	
Coût pour le téléspectateur	Faible (\$2 par mois mais obligatoire	\$8 à \$10 par mois si l'on opte pour le service	Environ \$1.50 à \$5 par émission (plus location mensuelle du terminal)	
Terminal au foyer	Un convertisseur peut être nécessaire	Au foyer ou par câble à l'extrême du domicile; assez compliqué	Appareil très compliqué à la maison ou sur le système de câble	
Offert à travers le pays	Accessible exclusivement à tous les abonnés au câble hertzien.	En principe, pour tout le monde (câble ou ondes hertziennes).	En principe pour tout le monde (câble ou ondes hertziennes).	
Possibilité de l'adapter aux ondes hertzienneres.	Non	Oui	Oui	

Un tableau annexé au rapport compare les trois systèmes et examine certaines des caractéristiques les plus importantes.

Au départ, le système de diffusion de la télévision à péage pourrait fonctionner sur abonnement payant que cette méthode est à apprécier. Il sera cependant nécessaire de concevoir le système de diffusion de télédistribution à péage qui, une transmission publique à l'État entre fagion à ce qu'une association puissante avoit lieu entre obligatoire par statut, pour tous les abonnés au câble, de contrôler au financement de la programmation canadienne afin de s'assurer que les objectifs canadiens sont atteints.

Les gouvernements conclusent qu'il devrait être envisagé si le système universel devrait être envoyé si

Le personnel du Conseil a entrepris des études exhaustives des trois systèmes de diffusion de la télévision à péage. Institutions sur le fait que chacune des études est basée sur une série d'hypothèses et qu'en conséquence, les avantages et désavantages pratiques de chaque système ne pourront être vérifiés que lors de la mise en pratique de ces systèmes.

On peut se procurer sur demande toutes les études susmentionnées.

Dans le but d'étudier ces points, le Conséil a considéré trois méthodes de diffusion :
 a) La télévision à péage par abonnement
 b) La télévision à péage par émission
 c) La télévision à péage universelle.

Dans le système de diffusion, le Conséil a

Le système devrait être concurrençé et il y a aucune raison pour l'adopter un seul diffuseur partiellement avoué par la régulation géographique pourraient avoir le monopole sur une région géographique toutefois, la télévision par câble, en tant que moyen de diffusion, peut se trouver dans une position privilégiée lors de la négociation, mais rien n'indique que dans chaque région, le système de diffusion devrait être diffusé localement, voire le diffuseur exclusif. Le système de diffusion qui maximise les revenus des revenus de l'agence doit être le facteur rendement des revenus de l'agence doit être le facteur décisif.

En outre, il ne faudrait pas concilier que si la distribution locale est faite par le câblodiffuseur, un abonné doit avoir à payer pour le service traditionnel par câble afin de pouvoir obtenir la programmation à paie. Un abonné devrait avoir la possibilité de choisir librement le service de programme qu'il utilise.

Ensuite nous l'avons déjà indiqué, comme nous l'avons déjà indiqué, la résidence de la télévision à paie par divers systèmes de résidence de la télévision à paie pour les programmes de distribution locaux, par câble, par ondes hertzianes et par le système de télévision à antenne collective. Au domicile de l'abonne, le signal de télévision à

permettre d'être contrôlé de plusieurs façons afin de déterminer comment l'abonne paie pour les programmes. La méthode de diffusion choisie dépend de la méthode de diffusion choisie des programmes. La méthode de diffusion choisie des programmes sur les niveaux possibles de revenus et les aspects opérationnels du procédé de diffusion des programmes.

La méthode de diffusion a également une certaine influence sur les niveaux possibles de revenus et les programmes.

On peut très bien concevoir que l'agence diffuseur la programmation à page, si cela peut améliorer sa situation financière. Il ne faudrait pas exclure la possibilité pour l'agence de s'occuper de tout le service de télévision à page, Y compris la diffusion, lors de la négociation avec des cablodiffuseurs sur la location de canaux. Cette situation semble peu probable mais toutes les dispositions possibles concernant la diffusion devraient être étudiées. Par la même occasion, il ne faudrait pas limiter les catégories de diffuseurs, est-à-dire que toute personne, y compris un exploitant d'une station à antenne collective, un cablodiffuseur, un radiodiffuseur et un entrepreneur individuel peuvent se faire concurrence et un tant que diffuseur local du service de programmation diffère de l'antenne collective, un système de télévision à page.

-4/-

4. Il faudrait mettre en oeuvre des réglements pour éviter le détournement par la télévision à Péage de programmes normaux et présentes à la télévision traditionnelle. La télévision à Péage devrait donner une rémunération et l'image nationale et la hardless que l'on mettra au moment du renouvellement de ces sommes assurera un rendement important et la hardless que l'on mettra au moment du renouvellement de ces sommes assurera un rendement sur les arts d'intérêt d'émissions sur les arts d'intérêt d'avantage de la télévision à Péage.

3. Il faudrait mettre en oeuvre des réglements pour éviter le détournement par la télévision à Péage de programmes normaux et présentes à la télévision traditionnelle. La télévision à Péage devrait donner une rémunération et l'image nationale et la hardless que l'on mettra au moment du renouvellement de ces sommes assurera un rendement important et la hardless que l'on mettra au moment du renouvellement de ces sommes assurera un rendement sur les arts d'intérêt d'avantage de la télévision à Péage.

2. Il faudrait bien préciser, par contrat ou d'une autre façon, que les programmes canadiens offerts à la télévision à Péage doivent être réservés aux programmes commerciaux, et il ne faut pas concurrencer les autres compagnies de télévision à Péage.

1. Il faudrait bien préciser, par contrat ou d'une autre façon, que les programmes canadiens offerts à la télévision à Péage doivent être réservés aux programmes commerciaux, et il ne faut pas concurrencer les autres compagnies de télévision à Péage.

5. Tous les engagements envers le contenu canadien, l'allocation de ressources canadiennes et d'autres facteurs, devraient être indiqués dans une promesse de réalisation qui détermine en dernière analyse quelle consortium ou autre interresse recevra une licence de réseau pour sa demande de télé-

De nombreux autres propositions dans le sens de ces exigences ont été reçues, y compris l'utillisation d'un système à péage par ondes hertzéliennes exclusivement pour des programmes canadiens, un canal de télévision à péage, la prévision de temps libres pour des producteurs canadiens qui obtiendraient tous les revenus de la diffusion, une formule souple de paiements sur le prix payé par l'abonne, qui seraient plus élevées pour une production canadienne. Tous ces points peuvent être quantifiés, toutours en espérant une amélioration de la qualité.

L'expérience semblée à dicter qu'un ensemble de deux principaux facteurs maximiseraît la possibilité d'une programmation canadienne de haute qualité : la disponibilité de ressources importantes grâce de façon intégrante et l'accès aux heures de grande écoute pour les programmes canadiens.

En ce qui concerne la télévision à péage, le résultat résulte des difficultés pour atteindre les objectifs de la consécutive recommandation de la Commission canadienne des radiodiffusions qui a décidé de faire en sorte que les programmes canadiens soient au moins 50% de la programmation quotidienne.

La recommandation de la Commission canadienne des radiodiffusions pour atteindre les objectifs de la consécutive recommandation de la Commission canadienne des radiodiffusions a été prise en compte dans la proposition de loi sur la télévision à péage.

La recommandation de la Commission canadienne des radiodiffusions pour atteindre les objectifs de la consécutive recommandation de la Commission canadienne des radiodiffusions a été prise en compte dans la proposition de loi sur la télévision à péage.

L'expérience semble riche et dialectale qu'un ensemble de deux principaux facteurs maximisera la possibilite d'une programmation canadienne de haute qualite: la disponibilité de ressources importantes générées de l'agroforesterie et l'accès aux heures de grande écoute pour les programmes canadiens.

En ce qui concerne la télédistribution à Périgueux, le conseil recommande à la presse en considération des exigences ci-après pour atteindre les objectifs de la programmation :

Il faudrait également servir le deuxième consti-
tuer la mise en application de régles
sociales de contenu canadien qui offriront
saintement des crédits plus élevés pour des
nises de fond supplémentaires, une prime
pour une augmentation de l'utilisation de
généraux canadiens, une grille-horaire
vantages et d'autres indices.

2. Quelle que soit la méthode de diffusion choisie, il faudrait qu'un minimum de 35% des revenus bruts soit alloué à la programmation canadienne et d'autre part, il ne faudrait pas néglier la possibilité

Une étude préparée par le personnel du Conseil a conclu qu'au moins 30% des revenus bruts dévraient être consacrés à la programmation canadienne.

* N.B. :

On pourraît également exiger, toutours en termes de quantité, qu'un pourcentage assez élevé de revenus bruts, avec également la possibilité d'un pourcentage des profits nets, soitent directement reversés de manière aussi à la production de programmes canadiens. Ces effets à la production de programmes canadiens. Ces exigences seraient aussi imposées en espérant qu'il en résultera une programmation de haute qualité.

S1. On veut assurer l'utilisation prédominante de ressources canadiennes créatives et autres, il faut absolument que la programmation canadienne soit un élément principal. Pour assurer cette prédominance en termes de quantité, un règlement sur le contenu canadien pourra être proposé qui devrait être étendu à l'ensemble du secteur culturel. Cette exigence durant les heures de grande écoute, partiellement programmation dévrait être canadienne, par exemple minime pourra alors entraîner la création d'une qualité.

1. est de haute qualité;
 2. utilise principalement des ressources canadiennes créatrices; et
 3. utilise principalement d'autres ressources canadiennes.

Ceux qui ont fait des observations sur La télévision à Péage ou proposé son introduction à l'immédiate, ont indiqué que La télévision à Péage devrait sans aucun doute dépendre de La programmation étrangère, particulièrement en provenance des Etats-Unis. Ce nouveau service de programmation, afin de se conformer à la loi sur la radiodiffusion, devra toutefois être "de haute qualité et utiliser au maximum les ressources canadiennes créatrices et autres".

Si les investisseurs privés fournisSENT la mise de fonds initiale ou des garanties d'emprunts pour l'agence

nationale exclusive, il est évident que ces investisseurs privés vont alors exiger un profit raisonnable sur leur capital initial. L'accès à une concurrence pour l'agence

conservé à la poursuite des objectifs de la programmation nationale à laquelle elle a été allouée par l'agence catif des revenus bruts devrait être réalisée à l'avenir. Une agence privée devant faire face aux implications financières qu'il consiste à répondre aux exigences de contenu obligatoire et d'effectuation des revenus, absorber ces dépenses comme prix à payer pour démunir en affaires ou s'assurer ses activités. Ce facteur primordial impose aux interets privés la nécessité du succès commercial de la programmation, exigeant l'efficacité administrative, le contreôle des frais d'exploitation et renforcer la sécurité d'entreprise.

Le Conseil est d'avis qu'il suffit d'arguments permettrices en faveur d'une agence nationale privée au télévision à page, responsable de son introduction au Canada.

De l'avis du Conseil, une campagne privée, comprenant une gamme étendue d'intérêts et de compétences appropries, représente la structure d'organisation la plus susceptible de faire preuve de la flexibilité nécessaire pour atteindre les objectifs de la législation à Peage, tel que une procédure par la loi sur la radiodiffusion, et de produire une programmation canadienne attractive pour le marché national et pour le marché international.

L'agence-reseau de télévision à Péage Pourratin est une des trois formes fondamentales constitutive de télévision à Péage. L'une des trois formes fondamentales d'organisations. Il pourratin s'agit d'une compagnie privée, d'une société mixte composée d'intérêts privés et publics (à l'exemple de Téléstat Canada) ou d'une société de la Couronne. Toutefois trois pourratin être constituées soit par statuts, soit par incorporation. La formule d'incorporation ne devrait pas être un facteur déterminant dans le choix de la structure de la société mais plutôt son aptitude à atteindre les objectifs dévoués être le facteur décisif.

Un bon nombre de représentations soumises au Conseil suggéraient également que le caractère de toute agence de télévision à peage doit représenter d'une façon équitable toutes les intérêts en jeu dans la télévision à péage, y compris des représentants du public, des radiodiffuseurs, des cablodiffuseurs et de l'industrie de la production de programmes. Le Conseil est d'opinion que le caractère des garanties, par lui-même, protège le investissement privé dans la télévision à péage. Cela ne signifie toutefois pas que dans une société privée, les préoccupations environs cet investissement vont mettre en péril les engagements sociaux de la télévision à péage. Bien que la majorité des administrateurs représentent les intérêts des investisseurs, il devrait être également possible dans une société privée de faire en sorte que le conseil d'administration fasse place à des personnes capables de remplir les obligations des parties impliquées dans l'introduction de la télévision à péage.

3. Cette agence exclusive dévrant pourvoir, grâce à une économie d'échelle, limiter les frais d'administration, de distribution et de commerce à la diffusion, l'accèsibilité et la distribution à l'échelon national de programmes canadiens de ressources pour lancer et supporter financièrement cette agence exclusive exclusivement pour haute qualité.
4. Cette agence exclusive dévrant pourvoir garantir la diffusion, l'accèsibilité et la distribution à l'échelon national de programmes canadiens de ressources pour lancer et supporter financièrement cette agence exclusive exclusivement pour haute qualité.
5. Cette agence exclusive dévrant avoir suffisamment de ressources pour lancer et supporter financièrement cette agence exclusive exclusivement pour haute qualité.
6. L'agence nationale devrait être dans une position des pluses avantageuse pour négocier les meilleures termes contractuels possibles avec les exploitants de services de télécommunications pour la distribution, par satellite ou micro-ondes, de la programmation, par satellite pour micro-ondes, de la même occasion dans une position de force pour de la programmation. Parallèlement, le réseau pourrait assurer la programmation d'émissions internationales et pourrait préparer des versions sous-titrant si nécessaire.
7. L'agence nationale seraît dans une position privilégiée pour offrir de la programmation aux auditeurs de langue française. Il aurait également la capacité et la soupleesse nécessaire pour mettre la programmation régionale en matière de satifaire les préférences régionales pour régionaliser les émissions en les doublant ou en les échangeant avec les émissions en français.
8. L'agence nationale devrait être directement responsabilisé de veiller au respect des exigences réglementaires pour répondre aux objectifs de la régulation à彼ge doté appartenir à des Canadiens et être contrôlé par eux-ci.

Formule de société et propriété

Afin de se conformer aux exigences de la loi sur la radiodiffusion, il est évident que l'agence-reseau devrait être détenue à pérage d'au moins 50 % des Canadiens et être contrôlée par eux-ci.

- Le Conseil propose donc pour atténuer ces objectifs de considérer les principes directeurs pour la télévision à Péage.
- (2) Principes directeurs pour la télévision à Péage
- La télévision à Péage doit être un service canadien.
4. La télévision à Péage doit servir national et son extension à travers le pays doit respecter son aptitude à démontrer à l'étranger ce qu'il s'agit de faire.
3. La télévision à Péage doit fournir une programmation dans les deux langues officielles du Canada.
- Le Conseil propose donc pour atténuer ces objectifs de considérer les principes directeurs pour la télévision à Péage.
- On a proposé que l'introduction de la télévision à Péage au Canada se fasse par des titulaires de licence qui se procurent leur propres programmes, individuels qui se occuperaient leurs propres programmes, et s'occuperaient eux-mêmes de leur exploitation. Ces exploitants seraient tout autre personnes qui souhaitent introduire un service local de télévision à Péage. Ces actuels de licences ou toute autre personne qui souhaite introduire une exploitation locale seraient en position pour produire une programmation intéressante, reflétant les intérêts partisans des exploitants locaux séparément de la communauté desservie. De plus, l'exploitant local pourra adapter sa formule de programmation aux méthodes de mise en marché selon les réactions de ses abonnés. Cependant, la prolifération de titulaires indépendants à travers le Canada pourrait finalement mettre en danger les objectifs globaux de la télévision à Péage.
- Le Conseil est d'avis qu'un réseau national exclusif de télévision à Péage de télévision à Péage, pour les raisons suivantes:
1. Un réseau national exclusif offrirait plus de possibilités pour engendrer et consolider les ressources disponibles pour acquérir, financer, commander, commercialiser et diffuser des produits canadiens.
2. Cette agence exclusive serait dans une position privilégiée pour acheter des programmes, particulièrement des États-Unis, en des termes très avantageux parce qu'elle négocierait de la part d'autre marche national, sans la concurrence d'autres services de télé-

Planification d'une politique de télévision à Péage au Canada

Bien que le Conseil soit davantage à l'audrait à l'heure actuelle résister aux pressions en faveur de l'introduction de la télévision à Péage au Canada, il est néanmoins conscient que ces pressions ne diminueront pas. Ceci est du en partie au fait que le rend compte au Canada que la télévision à Péage est de plus en plus acceptée aux Etats-Unis, et au fait que certaines améliorations techniques ont eu une influence considérable sur la diminution des frais de distribution. Il est également du aux Etats-Unis que la télévision à Péage est de plus en plus acceptée chezcher divers moyens de mettre en place une forme quelle-que soit de faire des profits et qui, sans aucun doute, continueront à une entreprise commerciale toute nouvelle et la possibilité à Péage Canada et aux Etats-Unis qui violent en la télévision à Péage pressions incessantes qui exerceront certains entreprénieurs au Canada et touchent de près aux préoccupations nationales démontre que les questions de la télévision à Péage sont complèxes et toucheent de près la télévision à Péage soit en matière de radiodiffusion. Il est par conséquent plus que nécessaire d'élaborer une politique nationale de la télé- diffusion à Péage avant que les ministères et les agences gouvernementales en considèrent l'adoption. La valeur intrinsèque de la télévision à Péage pour les secteurs privés virtuelle de la télévision à Péage pour les secteurs privés et publiques du système de la télévision à Péage se concrétiser que si l'on en prend la planification à l'avantage. En conséquence, le Conseil a décidé d'examiner la conformité avec les objectifs statutaires sur la radiodiffusion stipulés dans la loi sur la radiodiffusion, et afin de se conformer strictement aux exigences de la section 3 sur les politiques de la radiodiffusion, le Conseil recommande la poursuite des objectifs ci-après :

1. La télévision à Péage doit fournir des émissions à predominance canadienne de haute qualité.

2. Ce service de programmation doit offrir le maximum de possibilités de distribution de programmes canadiens.

(1) Objectifs pour une politique canadienne de la télévision à Péage

L'analyse réalisée par le Conseil a clairement démontré que les questions de la télévision à Péage sont complèxes et toucheent de près la télévision à Péage soit en matière de radiodiffusion. Il est par conséquent plus que nécessaire d'élaborer une politique nationale de la télé-diffusion à Péage avant que les ministères et les agences gouvernementales en considèrent l'adoption. La valeur intrinsèque de la télévision à Péage pour les secteurs privés virtuelle de la télévision à Péage pour les secteurs privés et publiques du système de la télévision à Péage se concrétise lorsque le service de télévision à Péage.

En conformité avec les objectifs statutaires sur la radiodiffusion stipulés dans la loi sur la radiodiffusion, et afin de se conformer strictement aux exigences de la section 3 sur les politiques de la radiodiffusion, le Conseil recommande la poursuite des objectifs ci-après :

1. La télévision à Péage doit fournir des émissions à predominance canadienne de haute qualité.

2. Ce service de programmation doit offrir le maximum de possibilités de distribution de programmes canadiens.

Le service de télévision à page, celles de l'abonnement mensuel et du paiement par emmission ont dans l'ensemble été préférées. Le succès finançant de ces systèmes de diffusion dépend d'une programmation attirante pour laquelle le public paiera. La production de programmes canadiens devrait se voir affecter une partie des revenus que ce nouveau service rapportera et la majorité de ceux ayant fait des propositions complètes a indiqué que 15% des revenus bruts servait approprié. Le Consell est toutefois d'avoir que les objectifs de la radiodiffusion ne peuvent être atteints si la programmation canadienne est simple et tolérée et subventionnée par des fonds bien inférieurs à un certain niveau.

Le Consell a concilié, à partir des propositions remises par écrit dans les mémoires et présentées oralement lors de l'audience publique, qu'aucune de ces propositions ne représentait un engagement suffisant à proposer les objectifs et exigences actuelles de la politique sur la radiodiffusion. Si on veut que les objectifs de la radiodiffusion soient réalisés au moyen d'un engagement suffisant à proposer les objectifs et services à predominance canadienne.

Le membre de la Société Radio-Canada a grandement aidé le Consell dans ses délibérations et la contribution obligeante dont fait état dans son mémoire le Consell offre une taxe obligatoire à tous les abonnés du câble, ce que ne permet pas la loi.

En conclusion, le Consell est d'avoir à partir des mémoires régus, il ne lui est pas possible de recommander l'introduction de la télévision à page à l'heure actuelle.

Qu'il plus est, un bon nombre de mémoires présentent au Conséill ne garantissent pas l'emploi de fonds canadiens ou d'autres ressources canadiennes dans la mise sur pied de programmes canadiens pour la réalisation à peage. La proposition directement dans la production de programmes canadiens.

Si l'on veut que la télévision à Péage soit couronnée d'un succès commercial, il faut qu'elle soit acceptable à un public averte. Cependant, ce succès commercial ne peut être obtenu au détriment d'importants principes directeurs sur la radiodiffusion, quant à une programmation à predominance canadienne.

Tres peu de m^{emo}ries ont propos^e un service de programmes canadiens ou un service de services canadiens attirant les Canadiens. Certains consacr^{es} à des émissions attirant les Canadiens. Certains m^{emo}ries ont appor^{te} leur appui à l'entre^re en vigueur d'exigences quant au contenu canadien (Y Compris Council of Canadian Filmmakers) ; cependant, les principaux représentants des industries de la radiodiffusion (ressau CTV) et de la tél^évision par cable (RTF) se sont opposés à une réglementation sur le contenu (RTP) qui concerne la tél^évision par câble et la télévision (RPT) se sont opposés à une réglementation sur le contenu (RTP) qui concerne la tél^évision par câble et la télévision canadienne. L'Association canadienne de la tél^évision par câble a donc fait partie de la tél^évision par câble et la télévision canadienne. Les abonnés de la tél^évision à page base sur un quota de contenu canadien.

La plupart des mémoires sur la télévision a peine qu'à regius le conseil compréhendant des propositions non conformes aux exigences stipulées dans la loi. Ces mémoires étaient basés sur un service de télévision à péage diffusant essentiellement des films des Etats-Unis, dans leur intégralité et sans aucune publicité.

La Loi sur La radiodiffusion précise sans équivoque que le système de la radiodiffusion doit être à predominance canadienne. L'article 3(d) stipule que la programmation offre une large gamme de programmes canadiens et de programmes internationaux. La Loi sur la radiodiffusion détermine également que les stations doivent offrir des programmes de qualité élevée et utiliser principalement des sources canadiennes créatives et autres".

L'enquête commande par l'État conséille à permis de recueillir un échantillon de la population envers la téléréalité un peu à peine et de savoir ce qu'il en pense. Les résultats de cette enquête sur la demande d'objectif extrêmes dans le contexte des principaux points concernant la télévision à Peage. La question la plus importante est de savoir si la téléréalité a peut appartenir des contrôles à caractère positif au système de la radiodiffusion canadienne.

La même question a ensuite été posée aux répondants de l'échantillon qui n'étaient pas abonnés au câble mais qui pourraient avoir accès au service de la télévision par câble. 22% de ces nouveaux abonnés étaient tueurs ont indiqué qu'ils s'abonnaient probablement à la méthode universelle, 7% à la méthode par abonnement et 6% à la méthode par emission.

Le rapport de l'enquête fournit une analyse de ces renseignements de base en termes de revenus et de possibilités de commercialisation selon les trois méthodes de diffusion, et il renferme également d'autres conclusions préliminaires très intéressantes.*

Les résultats de l'enquête font apparaître que les abonnés ne considèrent pas la télévision à page comme "essentielle"; d'autre part, ces résultats ne démontrent pas qu'il existe une demande pressante pour ce nouveau service évolutif de programmation.

* N.B. Les résultats de l'enquête du Conseil sont communiqués sur demande.

-37-

Un très petit nombre de Canadiens faisant partie de l'echantillonnage s'est avéré être bien informé sur la télévision à Peage; seul 6% en avaient beaucoup entendu parler et 15% en avaient quelques peu entendu. D'autre part, 38% ont indiqué qu'ils n'en avaient entendu parler qu'un tout petit peu et le même pourcentage (soit 38%) n'avait jamais entendu parler de la télévision à Peage. Les 3% restants n'ont pas répondu.

- (4) Les propositions faites quant à la structure d'une agence de télévision à peage recommandée dans l'ensemble une forme d'agence alliant dans le sens des intérêts du groupe autant de la recommandation. L'industrie de la télévision par câble a donc proposé une recommandation à la télévision à peage qui seraient contrôlées par l'industrie de la télévision à peage recommandée, et la recommandation d'une recommandation à la télévision par câble qui seraient contrôlées par l'industrie de la télévision à peage recommandée.
- (5) Une grande majorité a précisé qu'il serait nécessaire d'imposer des exigences quant au contenu canadien et au détournement.
- (6) A propos de l'impact de la télévision à peage sur le système de la radiodiffusion, la plupart des auteurs de mémoires ayant exprimé leur opinion sur la télévision à peage ont indiqué que l'impact serait négatif.
- (7) La majorité des mémoires a proposé une méthode statutaire sur la réaction du public à la télévision à peage et des diverses méthodes de diffusion naturelle afin d'évaluer la position du public sur la télévision à peage et ses réactions. Le Conseil a donc pris l'initiative de mener une enquête nationale afin de connaître la position du public sur la télévision à peage et ses réactions. Cette enquête était d'autre part destinée à établir la demande pour un service de télévision à peage distribué aux trois méthodes de diffusion, c'est-à-dire par abonnement, par émission et en vente directe. En outre, l'un des principaux objectifs de cette enquête était d'évaluer la demande pour un service de télévision à peage distribué par câble, basé sur la méthode de diffusion à peage distribué par câble, qui est celle de la télédiffusion et de la diffusion par câble.
- Voici quelquesunes des conclusions les plus importantes:
- D eux-tiers des répondants (64%) ont indiqué qu'ils avaient accès à la télévision par câble à leur lieu de résidence et de ce pourcentage, environ deux tiers des abonnés au câble. (66%) sont actuellement abonnés au câble.

Ahalysé des éléments

CONCLUSION

(1) La majorité des mémoires expérimentant un avis pour ou contre l'interroduction de la télévision à Péage sont d'un service de télévision à Péage au Canada. Une des conclusions ce sujet, le Canada et du peu de renseignements disponibles sur la raison du manque d'expérience dans le domaine de la télévision à Péage. En les aspects de l'interroduction de la télévision à Péage.

Leur propre industrie, groupe ou association à Péage pourraient créer dans autreurs de mémoires n'ont pas essayé d'aborder la gamme entière des questions qui auraient permis de bien saisir tous les aspects de l'interroduction de la télévision à Péage. En

La grande majorité des mémoires sont toutesfois consenties d'examiner plus d'exposer les problèmes ou débouchés que l'avènement de la télévision à Péage ou associatlon. La plupart des auteurs de mémoires n'ont pas essayé d'aborder la gamme entière des questions qui auraient permis de bien saisir tous les aspects de l'interroduction de la télévision à Péage. En

La raison du manque d'expérience dans le domaine de la télévision à Péage est le résultat d'une absence de renseignements disponibles sur ce sujet, le Canada et du peu de renseignements disponibles sur la raison du manque d'expérience dans le domaine de la télévision à Péage. En

(2) La présentation collective faite par l'industrie de la télévision à Péage tout à fait favorable à l'introduction de la télévision à Péage. La présente industrie a été tout à fait favorable à l'introduction de la télévision à Péage. La présente industrie a été tout à fait favorable à l'introduction de la télévision à Péage. La présente industrie a été tout à fait favorable à l'introduction de la télévision à Péage. La présente industrie a été tout à fait favorable à l'introduction de la télévision à Péage.

(3) II. Industrie de la radiodiffusion et les groupes d'intérêts publics se sont opposés à l'intro-
duction de la télévision à péage. Les principaux représentants de l'industrie de la radio-
diffusion, notamment la Société Radio-Canada et

(1) La majorité des mémoires exprimant un avis pour ou contre l'introduction de la télévision à Péage, s'est nettement montrée contre son avènement pour le moment.

(2) La présentation collective faite par l'industrie de la télévision par cablé a révélé que cette industrie était tout à fait favorable à l'introduction de la télévision à Péage. La présente industrie a été très favorable à l'introduction de la télévision à Péage. La production de la télévision à Péage est importante et contribue à l'enrichissement culturel de la population. La production de la télévision à Péage est importante et contribue à l'enrichissement culturel de la population.

Tous les partis politiques et groupes d'intérêts publics, ainsi que les producteurs, sociétés d'exploitation de services de télécommunication, gouvernements et "autres" groupes ayant donné leur avis sur cette question, ont répondu par l'affirmative.

L'industrie de la radiodiffusion s'est prononcée (10 sur 11) pour une nouvelle étude, de même que 9 des 10 groupes commerciaux.

Trois autres de mémories ont toutefois soutenu qu'une étude supplémentaire n'était pas nécessaire, notamment un de l'industrie de la radiodiffusion et un des groupes un de celle de la radiodiffusion et un des groupes commerciaux.

AUTRES ETUDES PAR AUTEUR DE MEMOIRE					
Autres études nécessaires					
Autreurs des mémoires					
Particuliers	Total	Non commen- taires	Pas de comme- nati-	Oui	Autreurs des mémoires
Industrie	7	5	1	10	cablodiffuseurs
Industrie	21	10	1	10	radiodiffuseurs
Industrie	16	11	0	5	producteurs
Industrie	3	2	0	1	expl. du serv. de télécommunications
Mixte	4	4	0	0	mixte
Groupe	13	13	7	0	publ. commerciaux
Groupe	27	27	17	1	gouvernementaux
Groupe	3	2	0	1	autres
Total	140	91	3	46	
% du total	100	65	2	33	(n - 140)
% des commentaires	94	6	2	33	(n - 49)

Period de dessai de la television a page

Ce point a été abordé dans 21 mémoires (tableau 15). De ce chiffre, 17 (81%) ont indiqué qu'une période d'essai serait essentielle ou souhaitable, et 4 (19%) se sont prononcés contre.

Les plus favorables à cette période d'essai ont été les partisans (4), les radiodiffuseurs (7) et les groupes d'intérêts publics (2).

L'industrie du câble (2) s'est prononcée contre.

TABLEAU 15

Particuliers	Total	33	0	4	37
Autreurs des mémoires	Oui	Non	Non commen- taires	Oui	Particuliers
Pas de					

PERIODE D'ESSAI DE LA TVP PAR AUTEUR DE MEMOIRE

Industrie	cablodiffuseurs	radiodiffuseurs	producteurs	expl. du serv. de	telécommunications	mixte	groupes publics	commerciaux	gouvernementaux	autres	Total	% du total	(n - 140)	% des commentaires	(n - 21)	(n - 21)
	7	11	13	16	0	0	0	0	1	0	17	119	140			
	7	2	4	2	13	16	11	11	25	0	11	119	140	13	27	9
														1	3	3
														0	0	0
														8	25	25
														9	3	1
														140	100	12
														19	85	3
														81		

Possibilities of Exportation

TABLEAU 14

La question de la possibilité d'exporter des programmes canadiens grâce aux revenus de la TVP a été abordée dans 20 mémoires (tableau 14). Un grand nombre d'entre eux (18) a indiqué que l'on pouvait s'attendre à exporter des programmes canadiens grâce aux revenus de la télévision à péage. Les producteurs ont revendus de la télévision à péage. Les producteurs ont tout particulièrement appuyé cette proposition. Les groupes publics et commerciaux ont également abondé dans ce sens.

Possibilités d'exportation de programmes

Groupes	Industrie			Services			Gouvernementaux			Groupes		
	Oui	Non	Total	Oui	Non	Total	Oui	Non	Total	Oui	Non	Total
Particuliers	0	0	37	37	37	100	37	37	100	37	37	100
Autreurs des mémoires	0	0	37	37	37	100	37	37	100	37	37	100
Pas de commentaires	0	0	37	37	37	100	37	37	100	37	37	100
Mémoires	0	0	37	37	37	100	37	37	100	37	37	100
Total	18	2	120	140	13	1	86	13	140	(n - 140)	(n - 20)	(n - 20)
% du total												
commerciaux	2	1	10	13	0	0	23	1	13	1	13	13
gouvernementaux	4	0	0	1	0	0	2	2	1	0	0	1
autres	2	0	0	0	0	0	7	7	2	0	0	2
Total	27	13	13	27	27	27	9	9	27	27	27	27

Des 21 mémoires mettre en oeuvre des règles de grande majorité (17 une grande partie des réglements étaient nécessairement contraires (tableau 13).

Les radidiffuseurs ont presque tous avancé que le détournement servait un problème, opinion partagée par les groupes d'intérêts publics et commerciaux.

TABLEAU 13

REGLEMENTS SUR LE DETOURNEMENT

REGLEMENTS	TOTAL	PAS DE	COMME N-	TAIRES	

<u>Particulars</u>	<u>Autreurs des memoires</u>	<u>Non requis</u>	<u>Requis</u>	<u>3</u>	<u>1</u>	<u>33</u>	<u>37</u>
--------------------	------------------------------	-------------------	---------------	----------	----------	-----------	-----------

Total	4	17	119	140	4	12	19	81	12	3	19	81	12	100	(n - 21)
% du total (n = 140)					% des commentaires				% du total (n = 140)		% des commentaires				(n - 21)
140					119				12						

Grouppes		Total		% du total (n=140)		% des commentaires (n = 44)	
Publîcs	140	96	8	36	26	6	18
commerciaux	13	10	1	7	0	0	3
gouvernementaux	27	19	1	7	0	0	3
autres	9	4	4	5	0	0	4

Particuliers		TOTAL		Autreurs des commen-		Autreurs des memories	
Industrie	14	1	0	7	21	3	14
radiodiffuseurs	21	6	1	1	16	3	0
cablodiffuseurs	7	6	0	1	12	3	0
exp. du serv. de télécommunications	21	16	1	1	12	3	0
mixte	4	3	1	1	16	3	0

DETOURNEMENT

TABLEAU 12

La question des détournements a été abordée dans 44 mémoires (tableau 12). Quatre-vingt-deux pour cent (82%) d'entre eux ont indiqué que le détournement représentait un problème, alors que 18% étaient d'avis contraire.

Détournement

Groupes	% du total						% de commentai-		res (n = 36)	
	Total	25	6	5	104	140	(n = 140)	70	17	13
publiques	1	0	0	12	12	13	gouvernementaux	1	1	18
commerciaux	7	1	1	1	12	27	autres	5	0	0
mixte	4	0	0	0	0	4	taux	9	4	4
municipations	0	0	0	0	0	0	de télécoum-	3	3	3
explic. du serv.	0	0	0	0	0	0	de radiodiffénu-	11	0	0
producteurs	0	1	0	1	9	21	seurs	2	1	1
seurs	7	2	1	4	7	21	radiodiffénu-	11	0	0
Industrie	0	0	0	0	0	0	cablodiffénu-	0	0	0
Particuliers	37	33	2	2	0	0	autres	0	0	0
Autreurs des	total	commen-	probлемe	aucun	probлемe	mineur	majeur	probлемe	mineur	taître

FAGMENTATION

TABLEAU 11

Les radiodiffuseurs et groupes d'intérêts commerciaux, de même que les "autres" groupes, ont indiqué à une écrasante majorité que la fragmentation constitue un très grave problème, de tout premier ordre. L'industrie a par contre contre considéré que ce problème, s'il existeait, serait mineur.

Les conséquences possibles de la TVP sur la fragmémentatation de l'auditoire ont fait l'objet d'observations dans 36 mémoires (tableau 11). Soixante-dix pour cent (70%) ont indiqué que la télévision à page entraînait la fragmentation de l'auditoire; dix-sept pour cent (17%) ont toutefois relevé une différence entre la fragmentation de l'auditoire et celle due à l'auditeur lui-même qui ne créait aucun problème de ce type.

Fragmémentatation

Source	Impact	Particuliers					Total
		Positif	Négatif	Neutre	Taire	Total	
		Comment-					
		Sans					
RADIODIFFUSIERS	1	0	0	6	7	21	Industrie
radiodiffuseurs	2	3	0	16	21	49	câblodiffuseurs
radiodiffuseurs	2	3	0	16	21	49	producteurs
radiodiffuseurs	0	0	0	3	3	3	développl. du serv.
radiodiffuseurs	1	0	0	12	13	27	publîcs
commerciaux	1	0	0	16	27	48	gouvernementaux
commerciaux	1	0	0	12	13	27	autres
Total	17	17	5	101	140	39	% du total (n=140)
							% de commentaires (n=39)

TABLEAU 10

Si nous ne tenons compte que de ceux ayant indiqué catégories ou "positif" ou "négatif", on aura respectivement 21% et 79%.

Neuf (9) mémoriés seulement ont jugé que La télévision à peine servait bêtement pour le système de radiodiffusion. L'industrie du câble a plus fréquemment fait cette remarque. L'industrie de La radiodiffusion quant à elle n'a pas hésité à dire que La TVP aurait des conséquences néfastes sur La radiodiffusion. Cet avis a également été partagé par la majorité des groupes commerciaux ayant exprimé leur opinion.

La majorité (5) de l'industrie de La production a indiqué que La TVP n'aurait aucun impact, dans un sens comme l'autre. Ceux ayant exprimé une opinion sans ambiguïté (4) étaient partagés entre "positif" (2) et "négatif" (2).

Impact sur Les média autres que La radiodiffusion

Au moins 39 mémoriés ont traité des effets possibles de La télévision à peine sur Les média autres que La radiodiffusion, Y compris Le cinéma (tabl. 10); de ce nombre 44% ont indiqué que L'impatie servait pour "neutre".

Les producteurs, tout particulièrement, ont été d'avoir que L'impact servait extrêmement positif. Les radiodiffuseurs quant à eux sont partagés, mais la majorité de ceux ayant avis à indiquer qu'il faudrait servir à des conséquences négatives.

Les groupes commerciaux, comprendant des propriétaires et gérants de salles de cinéma, ont nettement indiqué qu'il fallait servir à des conséquences néfastes.

IMPACT DE LA TVP SUR LE SYSTEME DE RADIODIFFUSION EN						GENERAL - PAR AUTEUR DE MEMOIRE					
AUTEURS DES IMPACT SUR LE SYSTEME DE RADIODIFFUSION						MEMOIRES					
Particuliers						Sans					
Positif	Négatif	Neutre	Taire	Total	Total	Positif	Négatif	Neutre	Taire	Total	Total
2	1	3	31	37	37	2	1	3	31	37	37
Industrie	cablodiffuseurs	radiodiffuseurs	producteurs	Explo. du serv.	mixte	0	0	0	2	4	4
Gruppes	Publ'ics	commerciaux	gouvernementaux	de télécóm-	municat'ions	0	2	3	9	9	9
Total	9	33	12	86	140	6	24	9	61	100	100
	% du total	% de pos., neg.,	% de pos., neg.,	% de pos., neg.,	(n=42)	21	79	22	61	100	

TABLEAU 9

Trente-sept mémories ont offert des propositions à ce sujet. Cinq d'entre eux proposaient un système "universel", 10 ont choisi un système "par abonnement" et 22 ont opté pour un système "par emprunt". Trente-sept mémories ont offert des systèmes à ce sujet. Cinq d'entre eux proposaient un système "universel", 10 ont choisi un système "par abonnement" et 22 ont opté pour un système "par emprunt". Des 6 producteurs ayant exprimé une certaine préférence, 3 ont choisi le système "par emprunt" et 3 ont choisi le système "par abonnement". Le résultat de ces producteurs, à l'exception de celui "par abonnement", est le suivant : Les radiodiffuseurs ayant aussi une préférence (7) se sont en grande partie prononcés pour le système "par émission" (4), alors qu'au moins deux proposaient le système "universel". Les radiodiffuseurs ayant également une préférence (2) ont opté pour le système "universel" (1).

Méthode de diffusion

Seuls 6 mémoires font mention de prévisions quant aux revenus bruts envisagées provenant de la télédistribution à péage. Un nombre légèrement plus élevé (8) a indiqué les revenus probables qu'engendrerait la production canadienne. Toutefois, un grand nombre (17) a inclus le pourcentage de revenus qu'il serait approprié d'effectuer à la production canadienne.

Revenues

L'industrie de la télévision par cablé a indiqué dans l'ensemble que le système de distribution plus approprié est celui du câble, alors que les radiodiffuseurs proposaient un système de signaux directs. Ces derniers ont toutefois le plus souvent proposé un système mixte, comme l'ont d'ailleurs égalem ent fait les partisans et groupes divers.

Diverses méthodes de distribution locale ont été proposées dans 42 mémoires. Une majorité d'entre eux (23) a opté pour le câble, alors que 4 proposaient diverses méthodes de distribution locale souhaitable.

Distribution locale

En ce qui concerne le système de distribution des programmes de la TVP, 17 mémoires ont suggéré des méthodes précises. Quatre mémoires ont proposé des méthodes satellitaires, cassettes et micro-ondes.

Distribution

Dix mémoires seulement sur les 140 ont abordé dans le détail la question du niveau de pénétration espérée que la TVP pourrait atteindre à l'heure actuelle dans un proche avenir. Seuls deux mémoires ont présenté des prévisions sur ces niveaux. Les chiffres inscrits avancent entre 15% et 25% des foyers canadiens, selon certaines suppositions sur la programmation, la distribution du service, les méthodes de diffusion et les modes de paiement.

	Nombre	Pourcentage	Accessibilité	Total
A travers le Pays	23	25	Registres desservis par la télévision par câble	
	8		Principaux marchés	
	25		Autres	
	0	0		
	1	3		

ACCESSIBILITÉ AU PUBLIC

TABLEAU 8

L'industrie de la télévision par câble a mis l'accent sur l'utilisation de la distribution par câble pour les programmes de la TVP, alors que les radiodiffuseurs et d'autres intérêts privés, l'accèsabilité universelle seraient essentielle.

La ou la télévision par câble est distribuée.
Il seraît primordial de mettre ce service en place
Un nombre assez important (25) a toutefois précisé
La TVP devrait s'etendre à tout le pays (tableau 8).
abordant cette question ont indiqué que le service de
Près des trois-quarts (72%) des mémories

Accessibilité au public

Les groupes commerciaux, puis les groupes
publics et les particuliers, dans cet ordre, ont
fréquemment mentionné le besoin d'exigences de ce genre
dans la programmation de la TVP.

	Nombre	Pourcentage	Total
Oui	19	95	5
Non	1	5	100
			Total

EXIGENCES POUR L'APPORTE LOCAL/REGIONAL TABLEAU 7

La majorité des auteurs des mémories ne sont
pas demandé s'il fallait prévoir un appport local ou
régional dans les programmes de la TVP; cependant, les
groupes mémories abordant cette question se sont
largement prononcés en faveur de telles mesures
(tableau 7).

	No	%	Total
Oui	26	75	25
Non	9	25	35
			Total

QUOTA DES EXIGENCES DU CONTENU CANADIEN TABLEAU 6

Les producteurs et groupes d'intérêts publics se sont montrés particulièrement en faveur d'exigences de ce genre pour la télévision à péage, alors que pour leur part les cablodiffuseurs avantageant que les souhaitables.

Une grande majorité (75%) des mémories ayant exprimé une opinion sur ce point sont prononcées pour l'imposition de ces exigences, alors qu'une minorité (25%) s'y est opposée (tableau 6).

Contenu canadien: exigences à respecter

	No	%	Total
Films	37	51	
Sports	9	13	
Autres	26	36	
			100

ACCENT MIS SUR LA PROGRAMMATION

TABLEAU 5

La grosse partie des programmes de la TVP dévrait être accordée selon toute attente aux longs-métrages. En effet, 51% des mémories ont précisé que les films dévrainent arriver en tête de liste (tableau 5). Un nombre important (13%) a placé les sports en premier, alors que plus de 26% indiquent qu'un tout autre genre de programme devrait être présenté, notamment des productions artistiques, culturelles, et éducatives.

Accent mis sur la programmation

TABLEAU 4

STRUCTURE DE L'AGENCE FAVORISEE

	Auteurs des mémoires	Radiodiffuseurs (publics privés)	Câblodif- fuseurs	Producteurs independants	Société publique	Mixte	Autre	Pas de réponse	Total
Particuliers		0	1	0	4	3	2	27	37
Industrie									
câblodiffuseurs	0	4	0	1	1	0	1	7	
radiodiffuseurs	5	0	0	1	4	0	11	21	
producteurs	1	0	0	4	2	5	4	16	
expl. de services de télécommunications	0	0	0	1	0	0	1	3	
mixte	0	0	0	0	1	0	3	4	
Groupes									
publics	0	0	0	1	1	1	10	13	
commerciaux	0	1	0	0	0	2	24	27	
gouvernementaux	0	1	0	0	0	0	2	3	
autres	0	0	0	1	2	1	5	9	
Total		6	7	0	13	15	11	88	140
Pourcentage du total	4	5	0	9	11	8	63	100	
Pourcentage de ceux ayant exprimé une opinion (N=52)	12	13	0	25	29	21		100	

Les groupes d'intérêts publics s'y sont nettement opposés (62%), quoique 15% aient appuyé un accord conditionnel. Un certain nombre de ces groupes aient été exprimées.

Ces statistiques donnent une image précise des diverses opinions que l'on a pu trouver dans les mémoires; cette image n'est toutefois que le reflet des réponses à cette question bien précise. Même si chaque catégorie, il est conséillé au lecteur de tenir compte des chiffres réels auxquels les pourcentages se rapportent, il désire interpréter avec exactitude la répartition d'opinions exprimées dans les mémoires.

La majorité des mémoires (63%) n'a pas indiqué de préférence pour une structure particulière de leur choix, la plus grande partie (29%) s'est prononcée pour une forme de propriété et de contrôle mixte. Des 52 mémoires ayant indiqué la structure de gouvernementaux. Le choix venant en deuxième position a été celui d'une société publique (25%), alors que des cablodiffuseurs (13%) et radiodiffuseurs (12%) ont fait savoir que leur industrie devrait contrôler la structure de l'agence. Aucun membre n'a proposé de laisser le contrôle à des producteurs indépendants.

L'industrie de la télévision par câble s'est prononcée à une écrasante majorité en faveur d'un contrôle par l'industrie de la télévision par câble, bien que certains aient indiqué qu'une société publique ou mixte serait acceptable. L'industrie de la radiodiffusion est très divisée sur la question. La moitié des mémoires expriment une opinion s'est prononcée pour un contrôle entre les mains de l'industrie de la radiodiffusion. L'industrie de la télévision par câble, des autres souhaitaient une forme de contrôle mixte.

position.

Les groupes commerciaux se sont également prononcés sur l'introduction de la TVP (30% pour, 30% contre), et une légère majorité (40%) n'a pas pris position.

Il ressort de ce tableau que l'industrie est partagée sur la question. Tous les exploitants de services de télécommunication (100%), presque tous les cablodiffuseurs (86%), et la majorité des producteurs (69%) se sont prononcés pour l'avènement de la TVP. L'opposition s'est surtout faite résolument du côté des radiodiffuseurs (57%).

	Total	47	50	43	140	100
Groupes	Groupes	Groupes	Groupes	Groupes	Groupes	Groupes
Industrie	Industrie	Industrie	Industrie	Industrie	Industrie	Industrie
Cablodiffuseurs	6	86	0	0	14	7
Producteurs	4	19	12	57	5	24
Exp. de services	11	69	4	25	1	6
Mixte	1	25	2	50	1	25
de Télécom.						
Gouvernement	0	0	1	33	2	67
autres	0	0	4	44	5	56
Total	2	15	8	62	3	23
Groupes	Groupes	Groupes	Groupes	Groupes	Groupes	Groupes
Publ. comm.	8	30	8	30	11	40
Autres	0	0	0	0	3	100
Total	8	30	8	30	11	40
Particuliers	12	32	11	30	14	38
No %	No %	No %	No %	No %	No %	No %
Source	Pour	Contre	Mandat.	Total		
	recom-					
	Pas de					

PAR AUTEUR DE MEMOIRE

POUR OU CONTRE LA TELEVISION A PAGE

TABLEAU 3

L'étude de tous les mémories, qui sont soit pour ou contre ou sans recommandation, permet de tirer pour ou contre ou sans recommandation, alors que 32% se répartissent sensiblement également des deux côtés. Les mémories de participants, on constate une recommandation (tableau 3). Une légère majorité (38%) n'a fait aucune recommandation, alors que 30% sont prononciant pour et 30% contre.

* Le mémorier en faveur de l'avènement de la TVP uniquement au Canada anglais est inclus dans ce chiffre.

	Pour la télévision à page	Contre la télévision à page	Pas d'opinion	Total
Nombre de participants	34	50	36	140
	34	50	36	140
	30	50	36	140
	100%			

POUR OU CONTRE LA TELEVISION A PAGE

TABLEAU 2

Au moins un mémorier a précisé qu'il ne favorisera pas la recommandation d'un service de télévision à page qu'au Canada anglais, en raison des possibles problèmes économiques que son implantation en français causerait. Le fort pourcentage de mémories ayant pas fait connaissance leur point de vue sur la TVP peut indiquer que les questions portant sur la télévision à page ont été assez courantes pour leur poser une question trop compliquée pour permettre une prise de position pour ou contre.

Un fort pourcentage de mémoires (30%) n'a fait aucunne recommandation pour ou contre l'avènement de la TVP (tableau 2). Il s'est toutefois dégagé une majorité contre la TVP parmi les autres mémories.

Mémoires pour ou contre la télévision à page (TVP)

En résumé, l'industrie et le commerce ont totalisé 78 des 140 mémoires soit 55% du total, contre 62 mémoires ou 45% du total pour les particuliers, groupes publics, gouvernements, et autres groupes non-commerciaux.

Le Consell a également regu en plus de tous les memoires susmentionnes un certain nombre de documents (37) de partis et, representant 27% du total des propositions. Un grand nombre de ceux-ci avait pour caracteristiques generales d'etre relativement courtes et generaux. Il n'empêche qu'ils sont importants au fait qu'ils sont l'expression même de partis et faits à la question.

Ce tableau fait donc ressortir que l'industrie a joué la part la plus active, ce qui n'est pas surprenant si l'on considère qu'elle pourrait être directement concernée par l'avènement de la télévision à Péage. Au total, l'industrie a collaboré pour 51 mémoires, soit 36% de l'ensemble des documents régis. Ces mémoires renfermaient de très nombreux détails et comparaisons à l'appui de leurs propositions. Parmi les groupes de l'industrie on compte notamment des cablodiffuseurs, des radiodiffuseurs, des producteurs de télécommunication. Un petit nombre de propriétaires d'missions et des sociétés d'exploitation de services émissaires détiennent également des points de vue d'un ensemble de groupes de cette industrie.

* Remarque: Voir à l'annexe A la liste des inter-vénants qui ont comparu à l'audience, classes d'après l'origine des mémoires.

Groupes publics	Total	100%	140	1
autres	7	9	2	2
gouvernementaux	3	3	27	19
commerciaux	9	13	13	9
mixte	3	4	3	2
de télécommunications de services	3	4	2	2
exploitants de services	11	16	21	15
producteurs	11	16	21	15
câblodiffuseurs	5	7	7	5
radiodiffuseurs	15	21	21	15
Industrie				
Particuliers	27	37		

* AUTEURS DES MEMOIRES	
Nombre de auteurs	de mémoires

TABLEAU I

Le Conseil a ainsi régi 140 mémoires de groupes et particuliers d'intérêts et d'origines divers. Le tableau I donne l'origine des mémoires.

Aux 105 propositions qu'a régies le Conseil à la suite de son invitation du 30 juin 1976, sont venues s'ajouter 35 nouvelles propositions et 41 autres mises à jour. Ainsi, au 13 juin 1977, jour de l'audience, le nombre des mémoires sur la télévision à page atteignait 181. Les documents mis à jour ont été insérés aux mémoires présentées en première lieu, et s'élèvent au total à 140. La description et l'analyse des pages suivantes sont faites à partir des renseignements que renferment les propositions.

Le Conseil a ainsi régi 140 mémoires de groupes et particuliers d'intérêts et d'origines divers. Le tableau I donne l'origine des mémoires.

Déscription analytique des propositions

CHAPITRE V

de distribution, à des entreprises de radiodiffusion titulaire de licences. Le Conséil a reçu 105 documents.

Cette analyse, a démontré que très peu de propositions répondent à certaines questions fondamentales traitant de la composition et du rôle de la structure. En conséquence, le Conséil a demandé que les propositions soient mises à jour, puis a convocé une audience publique le 13 juin 1977, date à laquelle les propositions revues sont présentées à nouveau étudiées.

Le Conséil a régulièrement tenu une audience publique le 13 novembre, le Conséil a demandé que les propositions soient proposées pour contrôler la télévision à Péage. En conséquence, le Conséil a déclenché une audience publique le 13 novembre, date à laquelle les propositions revues sont présentées à nouveau étudiées.

Vingt-six organisations et particuliers ont comparu devant le Conséil. Le Conséil a reçu un total de 181 documents.

"La télévision à彼岸 canadianne sera-t-elle une autre canalisation qui servira à accentuer le problème principal que ce problème dépasse la portée normale de la loi sur la radiodiffusion publique en 1968, étant donné que la structure du service des émissions de la télévision à彼岸 a un effet non seulement sur les cablodiffuseurs et sur les radiodiffuseurs, mais également sur toute la gamme des ressources canadiennes de réalisation d'émissions."

"Il est résorti que ce problème principal dépasse la portée normale de la loi sur la radiodiffusion publique en 1968, étant donné que la structure du service des émissions de la télévision à彼岸 a un effet non seulement sur les cablodiffuseurs et sur les radiodiffuseurs, mais également sur toute la gamme des ressources canadiennes de réalisation d'émissions."

"La télévision à彼岸 canadianne sera-t-elle une autre canalisation qui servira à accentuer le problème principal que ce problème dépasse la portée normale de la loi sur la radiodiffusion publique en 1968, étant donné que la structure du service des émissions de la télévision à彼岸 a un effet non seulement sur les cablodiffuseurs et sur les radiodiffuseurs, mais également sur toute la gamme des ressources canadiennes de réalisation d'émissions?"

"Je vous prie de ne pas sous-estimer les observations que faites par Madame Sauvé et de ne pas conclure que l'introduction de la télévision à彼岸 est considérée, comme Mme Sauvé l'a expliquée faut la considérer avec ses collègues du Cabinet les intérêts de partagé avec eux tout le pays au sujet des garanties qui sont offertes quant à la façon de trouver une structure de nature à protéger la gamme complète de ressources culturelles et créatives dont dispose le Canada dans le domaine de la réalisat-

"La déclaration du ministre à une porte de nationalisation de "secourir culturelle" pour le Canada. En outre, le ministre des Communications a entrepris de partager avec ses collègues du Cabinet les intérêts de partagé avec eux tout le pays au sujet des garanties qui sont offertes quant à la façon de trouver une structure de nature à protéger la gamme complète de ressources culturelles et créatives dont dispose le Canada dans le domaine de la réalisat-

"Il seraît inexcusable de laisser passer une occasion d'adapter des systèmes techniques à un usage national par la restauration consciente et dévouée de la radiodiffusion nationale et régionale et du système culturel. "Je crois savoir que le Ministre et ses collègues du Cabinet souhaitent étudier à fond les conséquences au Canada."

"Je crois savoir que le Ministre et ses collègues du Cabinet souhaitent étudier à fond les conséquences au Canada."

Les autres organisations culturelles et créatives au sein de l'organisme qui serait chargé de rassembler, de produire et d'acquérir des émissions de télévision à彼岸 ou d'une agence qui seraît chargée de rassembler, de produire et d'acquérir des émissions de télévision à彼岸 la composition et le rôle d'une organisation de la télévision à彼岸 concernant les intéresses à lui faire parvenir des propositions concernant la composition et le rôle d'une organisation de la télévision à彼岸.

"Le 30 juin 1976, le Conseil a invité officiellement le ministre des Communications de télévision à彼岸 à fins

"Mais la télévision à peage offre d'autres avantages. Elle pourrait éventuellement créer de nouveaux débouchés pour nos productions canadiennes, en partie pour nos longs métrages... Il faudra pour cela concilier une structure qui accroisse au maximum les avantages événuels de la télévision à peage pour notre système de radiodiffusion et pour les téléspectatrices des deux autres chaînes."

"TROISIÈMEMENT, il existe deux façons en sorte que soitient produits au Canada des émissions destinées au marché international." "Peu importe la méthode choisie pour livrer des signaux aux foyers, deux questions cruciales doivent être résolues. Quelle sera la programmation de la télévision à péage. et où se placer dans l'assurer la

"Le gouvernement devrait éventuellement décliner si ce
geste au sera une société privée jouissant d'un monopole
établi, ou une société publique, ou enfin une société
mixte, regroupant à la fois le secteur privé et le
secteur public."

“La venue de la télévision à Péage représente un changement de structure fondamentale pour notre système canadien de radiodiffusion.”

“Nous nous sommes laissé guider par un aspect fondamental : le mandat de la Loi sur la radiation, publié en 1968, nous prescrit de protéger et de réaffirmer le réseau canadien de radiation.”

Au début de 1976, l'industrie canadienne de la télévision par câble a réitéré ses demandes concernant l'introduction à la télévision à la deuxième audience publique sur la télévision principales: d'abord le succès évident de la télévision à deux raisons paragraphe aux Etats-Unis avait fait croire les espoirs d'avoir des systèmes de télévision à peine rentables au Canada; en second lieu, les exploitants de télévision par câble s'inquiétaient de la concurrence éventuelle de la télévision à péage en circuit ferme, opérant sans licence à l'intérieur de leur territoire autorisé. De plus, face à une baisse des taux de croissance, due à des niveaux de penetration déjà élevés et à des systèmes non utilisés à pleine capacité, l'industrie de télévision par câble voyait la télévision à péage comme un moyen nouveau d'ajouter des services pouvant susciter des revenus additionnels.

Le 2 juin 1976, le ministre des Communications et le honorable Jeanne Sauvé, ministre des Communications déclara:

"Je suis persuadée que la création de ce nouveau service (la télévision à péage) marguerait un tournant profondément modifiant que les structures du système tout entier en seront au pays, un maximum d'avantages à tous les groupes au pays, un maximum d'avantages aux divers cablodiffuseurs, aux réalisateurs d'émissions."

"Nous devons faire en sorte qu'elle rapporte, partout intéressées à la radiodiffusion, et plus particulièrement aux radiodiffuseurs privés et publics, aux avantages et inconvenients auxquels pourraît donner lieu, chez-nous, l'avènement de la télévision à péage. La première évidence est que la télévision à péage pourrait aider à résoudre le plus crucial des problèmes auxquels la radiodiffusion de notre industrie face, celle du sous-canadienne ait à faire avec celle du sous-

development de notre industrie canadienne de la production." Pour l'heure, je voudrais m'arrêter aux divers "Pour l'heure, je voudrais m'arrêter aux divers avantages et inconvenients auxquels pourraît donner lieu, chez-nous, l'avènement de la télévision à péage. La première évidence est que la télévision à péage pourrait aider à résoudre le plus crucial des problèmes auxquels la radiodiffusion de notre industrie face, celle du sous-canadienne ait à faire avec celle du sous-

En décembre 1973, par suite des demandes de pluviomètres télémétriques de licences de télévision par câble desiliaux de la télévision à l'écran à leurs communautaires, le Conseil présente des films à la télévision dans un avis public, parce que cette activité soulevait en grande partie les mêmes questions que la télévision à péage. En février 1975, le Conseil publie un énoncé de politique portant sur la télévision à péage. Ce document décrivait les possibilités et problèmes envisagés par le Conseil et essayait de prévoir des mesures qui pourraient être extrêmement néfaste. L'impact de la télévision à péage sur le système de radio-diffusion canadienne pourrait être extrême. Les services d'exploiter des propositions favorisant ces objectifs, moins d'effort des radiodiffusions favorisant le service des ménages et du travail auquel des programmes sur la radio-diffusion. Quant à la télévision à péage, elle devrait si la télévision à péage devait être introduite, elle devrait être dans les buts de procurer aux producteurs les plus gros avantages financiers possibles et d'augmenter les possibl - canadiennes, la ligne de radio-diffusion canadienne, et policiques et pratiques et qu'il devrait pouvoir absorber ces changements avant de relever le déficit événuel lancé par l'introduction de la télévision à péage au Canada.

Dans son énoncé de politique publique en décembre 1975, le Conseil a indiqué que le système de radio-diffusion canadienne était en train de s'adapter à de nouvelles examinera individuellement les demandes soumises par des télularistes de télévision par câble en vue de l'introduction d'un service de télévision à péage (comme la télévision à péage dans les hôtels) dans des cas où il ne présente aucun danger pour le système de la radio-diffusion par ondes hertzianennes. Le Conseil a également encouragé les parties intéressées à soumettre d'autres idées concernant la télévision à péage qui seraient conformes aux objectifs stipulés dans la loi sur la radio-diffusion pour le système de télévision à péage.

Le Conseil a toutefois indiqué qu'il état disposé à examiner individuellement les demandes soumises par des télularistes de télévision par câble en vue de l'introduction d'un service de télévision à péage (comme la télévision à péage dans les hôtels) dans des cas où il ne présente aucun danger pour le système de la radio-diffusion par ondes hertzianennes. Le Conseil a également encouragé les parties intéressées à soumettre d'autres idées concernant la télévision à péage qui seraient conformes aux objectifs stipulés dans la loi sur la radio-diffusion pour le système de télévision à péage.

Le Conseil a indiqué que le système de radio-diffusion canadienne était en train de s'adapter à de nouvelles politiques et pratiques et qu'il devrait pouvoir absorber ces changements avant de relever le déficit événuel lancé par l'introduction de la télévision à péage au Canada.

Le Conseil a toutefois indiqué qu'il état disposé à examiner individuellement les demandes soumises par des télularistes de télévision à péage (comme la télévision à péage dans les hôtels) dans des cas où il ne présente aucun danger pour le système de la radio-diffusion par ondes hertzianennes. Le Conseil a également encouragé les parties intéressées à soumettre d'autres idées concernant la télévision à péage qui seraient conformes aux objectifs stipulés dans la loi sur la radio-diffusion pour le système de télévision à péage.

En février 1975, le Conseil publie un énoncé de politique portant sur la télévision à péage. Ce document décrivait les possibilités et problèmes envisagés par le Conseil et essayait de prévoir des mesures qui pourraient être extrêmement néfaste. L'impact de la télévision à péage sur le système de radio-diffusion canadienne pourrait être extrême. Les services d'exploiter des propositions favorisant ces objectifs, moins d'effort des radiodiffusions favorisant le service des ménages et du travail auquel des programmes sur la radio-diffusion. Quant à la télévision à péage, elle devrait si la télévision à péage devait être introduite, elle devrait être dans les buts de procurer aux producteurs les plus gros avantages financiers possibles et d'augmenter les possibl - canadiennes, la ligne de radio-diffusion canadienne, et policiques et pratiques et qu'il devrait pouvoir absorber ces changements avant de relever le déficit événuel lancé par l'introduction de la télévision à péage au Canada.

En décembre 1973, par suite des demandes de pluviomètres télémétriques de licences de télévision par câble desiliaux de la télévision à l'écran à leurs communautaires, le Conseil présente des films à la télévision dans un avis public, parce que cette activité soulevait en grande partie les mêmes questions que la télévision à péage. En février 1975, le Conseil publie un énoncé de politique portant sur la télévision à péage. Ce document décrivait les possibilités et problèmes envisagés par le Conseil et essayait de prévoir des mesures qui pourraient être extrêmement néfaste. L'impact de la télévision à péage sur le système de radio-diffusion canadienne pourrait être extrême. Les services d'exploiter des propositions favorisant ces objectifs, moins d'effort des radiodiffusions favorisant le service des ménages et du travail auquel des programmes sur la radio-diffusion. Quant à la télévision à péage, elle devrait si la télévision à péage devait être introduite, elle devrait être dans les buts de procurer aux producteurs les plus gros avantages financiers possibles et d'augmenter les possibl - canadiennes, la ligne de radio-diffusion canadienne, et policiques et pratiques et qu'il devrait pouvoir absorber ces changements avant de relever le déficit événuel lancé par l'introduction de la télévision à péage au Canada.

The CRTC set a television licence fee

CHAPITRE III

La Consécil a réussi à réguler la première demande de service de télédistribution à Peage pour distribuer une offre de services spéciaux une combinaison de canaux et films et un supplément de tarif par canal. Trois canaux moyenne, moyennant culture et des films en langues étrangères. Deux canaux d'missions spéciales, un pour les médicins et un autre pour les avocats et les comptables, au ralenti présente de d'missions spéciales, un pour les médicins et un autre pour les avocats et les comptables, au ralenti présente de manièrre continue des émissions destinées à ces groupes. La Consécil a différée l'étude de cette demande, aucune politique générée n'ayant à cette époque été élaborée.

La télédistribution que la télédistribution à Peage en octobre 1972. Il indiquait dans cette déclaration que la télédistribution à Peage en était à un stade expérimental et qu'il était possible qu'à l'avvenir un tel service puisse jouer un rôle important dans le développement de la radiodiffusion canadienne. La Consécil invitait les parties intéressées à participer à la détermination de la radiodiffusion canadienne comme partie intégrante du système de spéciaux de télédistribution canadienne". Les propositions expérimentales présentées par des titulaires de licences seraient comprises dans cet examen si elles sont, de l'avais du Consécil, "à même de contrôler à la réalisation des politiques établies de radiodiffusion". Le Consécil indiquait clairement que si la télédistribution à Peage établirait "tutuaires de licences dans le Canada, ce serait par la radiodiffusion".

Cette déclaration eut pour conséquence la présentation de plusieurs propositions de télédistribution à Peage de la part de cablodiffuseurs ou d'organisations indépendantes desservant d'autres centres urbains comme Toronto et Vancouver. Après avoir étudié ces propositions, le Consécil décida qu'aucune d'entre elles ne contrabuait véritablement aux objectifs de la loi sur la radiodiffusion.

Le Conseil a regu la premiere demande de service de télévision à Péage en juillet 1970 de D. Rae Sutherland. La demande proposait de transmettre par ondes hertziennes un signal brouillé aux villes d'Edmonton, Regina et Saskatoon. Le Conseil en est toutefois venu à la conclusion que cette proposition, qui entraînait l'utilisation simultanée de diverses fréquences de radiodiffusion comportant des signaux brouillés de télévision des Etats-Unis, n'était pas conforme aux objectifs de la loi sur la radiodiffusion.

En Septembre 1975, une filiale de Time-Life, Home Box Office, établit un réseau de télévision à paye aux Etats-Unis en transmettant des émissions par satellite de satellites. Ainsi, il fut possible de transmettre des émissions en direct et par conséquent d'augmenter dans une certaine mesure la commercialisation de la télévision à paye.

Au 30 juin 1977, les entreprises de télévision à paye aux Etats-Unis offraient des émissions dans 11,085,800 foyers, soit près de 15% des foyers américains, et étaient que 1,239,738 abonnés (soit 11.3% du marché) payant environ \$9,875,312 par mois, soit un tarif mensuel moyen de \$7.96.

Historique de la télévision à page

Bien que la télévision à page soit considérée comme un phénomène récent, elle a en fait précédé la télévision commerciale. En 1937, la Société Scopohony Limited, créée par des brevets de télévision à page pour un système à grand écran expérimental, aboard en Grande-Bretagne, puis à obtenir des brevets de télévision à page pour un système à grand écran expérimental (Connecticut); cette demande fut approuvée par la FCC en 1952, la compagnie Zenith a demandé à la FCC d'abonner. Les essais effectués à New York et à Los Angeles ont été suivis avec intérêt international. Télémetre Fournaise a été système avec retransmission en couleur, un choix de films, d'évenements sportifs et d'émissions spéciales, et un système de palement à "télérite", et la compagnie Famous Players Limited de Paramount fournit des émissions. A son apogée, le système donc mis fin à l'expérience en 1965.

En 1960, la télévision à page a été mise à l'essai au Canada à Etobicoke, en banlieue de Toronto. La société internationale Télémetre Fournaise a été système avec retransmission en couleur, un système de câble avec sportifs et d'émissions spéciales, et un système de palement à "télérite", et la compagnie Famous Players Limited de Paramount fournit des émissions. A son apogée, le système donc mis fin à l'expérience en 1965.

La télévision à page dans les hôtels a été introduite aux États-Unis en 1971 par Trans World Communications (TWC) et Computer Cinema de Computer Television. Au Canada, la télévision à page dans les hôtels a été lancée en 1972 à Toronto visant à page dans les hôtels à 10 films par mois à un tarif de \$4.50 par mois de Toronto 8 à 10 films par mois à un tarif de \$4.50 20 hôtels de TWC, et fournit actuellement à 11,000 chambres de 1975 acquises TWC. La Société Rogers Télécommunications Limited a été créée en 1976.

La télévision à page en circuit ferme, une forme de télévision à page où le matériel d'émission et de réception est directement relié par un câble, des lignes téléphoniques ou des micro-ondes, est entrée en service en 1974 dans un immeuble en co-propriété de Toronto. Ce système offre 10 films par mois en deuxième présentation, à un prix approximatif de \$3.50 chacun.

Une solution globale exige la coordination de tous les secteurs de l'industrie et du gouvernement, si l'on veut vraiment établir une industrie canadienne de production... Le Canada doit rapidement mettre en place une industrie de production de programmes informatiques canadienne et l'autre véritable industrie de production de programmes informatiques canadienne. Si nous réussissons à faire cela, nous aurons un système technique intégrationnel. Sinon, nous n'aurons qu'un système technique évolué qui ne servira qu'à diffuser des missions importantes."

Le système de la radiodiffusion canadienne ne disposer pas des ressources nécessaires pour exploiter et soutenir sa propre industrie de production. Les sources actuelles de revenus, essentiellement publicitaires, ne peuvent soutenir à elles seules un système global tel qu'il est actuellement constitué; elles n'ont d'autrefois jamais pu le faire depuis les débuts de la radiodiffusion canadienne. Et de toute façon, la radiodiffusion ne devrait pas être seule à contribuer à ce développement. C'est une question qui touche tous les Canadiens et qui devrait obtenir leur plus grande attention."

C'est dans ce contexte de préoccupations historiques, de problèmes permanents et de politiques de radiodiffusion qu'il faut maintenir considérer l'introduction d'un service de télévision à page.

Pour apprécier ces objectifs aux priorités opératoires mêmes, le Conseil a suivi les principes suivants, extraits de l'enoncé de politique du Conseil sur la télévision par câble de 1971 : "En raison de son mandat, le Conseil se doit de surveiller les ondes publiques, afin que le système de radiodiffusion canadienne ne soit pas délaissé sous des pressions touristiques et commerciales qui ne tiennent pas compte des objectifs sociaux, culturels, économiques et politiques du pays".

La radiodiffusion canadienne, il soit résolu dans l'intérêt public, mais qu'une importance primordiale soit accordée aux objectifs du service national de radiodiffusion;

"En raison de son mandat, le Conséil se doit de surveiller les ondes publiques, afin que le système de la radiodiffusion canadienne ne soit pas délogué sous des pressions touristiques et technologiques et commerciales qui ne tiennent pas compte des objectifs sociaux, culturels, économiques et politiques du pays."

"Le système canadien devrait aussi être à l'affût de courants de pensées mondiaux et porter à la connais-
sance des Canadiens le défit des idées nouvelles
et de celles qui ouvrent des perspectives culturelles
et politiques. Il faudrait, le plus tout possible, offrir à
tous les Canadiens des réalisations culturelles des autres
pays. Le système canadien devrait se fixer comme
la réalité d'aujourd'hui, de l'information dans la qualité de ses
émissions d'information, de diversité de ses cultures.
Permettre aux Canadiens de faire leur choix
entre deux objets offre une autre chose que
possibles... Un des objectifs de la radiodiffusion
canadienne devrait être de faire la radiodiffusion
réduire, une plus grande diversité, un choix plus
abondant, une plus grande variété de sujets,
d'opinions et d'idées. "Sauvegarder, enrichir et
rafffermir la structure culturelle, politique, sociale
et économique du Canada", comme le dit La Loi,
constitue bien un objectif positif qui, si on
l'atteignait, augmenterait au lieu de réduire
l'éventail des opinions et des idées créatrices
présentes aux Canadiens."

présentes aux Canadiens."

"Le système canadien devrait aussi être à l'affût des courants de pensées mondiaux et porter à la connaîtance des Canadiennes que des idées nouvelles dans le sens réalisations culturelles des autres pays. Il faudrait, le plus tot possible, offrir à tous les Canadiens des services en langue française et en langue anglaise. Le Conséil n'a jamais dit et ne dira jamais que des missions provoquent d'autres pays, et en particulier des États-Unis, ne devraient pas entrer au Canada. D'abord, ce serait impensable, puis ce n'est pas souhaitable."

Le Conseil a insisté sur les besoins de développement industriel canadien de la production de programmes affin que la présence canadienne dans les missions canadiennes soit nettement visible. Dans son énoncé de politique de 1971, le Conseil traitait du problème et des mesures qu'il faudrait prendre pour y remédier:

Ce problème ne se limite toutefois pas à la radiodiffusion de 1968 dans les provinces canadiennes. En effet, environ 95% de tous les films présentés dans les cinémas canadiens sont d'origine étrangère, et environ 75% des films utilisés dans les écoles canadiennes sont également d'origine étrangère. La loi sur la radiodiffusion de 1968 détaillée de l'article 1 de la loi sur la radiodiffusion canadienne a été créée afin de réglementer et de surveiller le système canadien, et de mettre en œuvre certains objectifs, tels:

- a) que les entreprises de radiodiffusion au Canada font usage de fréquences qui sont du domaine public et que de telles entreprises comprenant des secteurs public et privé;
- b) que le système de la radiodiffusion canadienne devrait être possédé et contrôlé efficacement par des Canadiens pour des raisons nationales culturelles, politiques, sociales et économique du Canada.

d) que la programmation offerte par le système de la radiodiffusion canadienne devrait être variée et comprendre une variété de programmes différents sur des sujets qui preoccupent le public et que la programmation de chaque radiodiffuseur devrait être de haute qualité et utiliser principalement des fonds publics déviés en mesure que service de radiodiffusion dans les langues anglaises et françaises, au fur et à mesure que médiaire d'une corporation établie par le Parlement à cet effet, un service national de radiodiffusion dont la tenue et la nature sont principalement canadiennes.

e) que tous les Canadiens ont droit à un autre;

f) qu'il y aurait lieu d'assurer, par l'intermédiaire d'une corporation établie par le Parlement à cet effet, un service national de radiodiffusion dont la tenue et la nature sont principalement canadiennes.

h) que, lorsqu'un conflit survient entre les deux objectifs du service national de radiodiffusion et le système de radiodiffusion canadien.

concluant en soulignant qu'une "quantité énorme et dispersée tournée de matière l' provenant d'une seule source étrangère stimuler".

En 1957, la Commission Fowler soulignait dans son rapport que l'expansion de la radiodiffusion canadienne démeurait incertaine, et soulignait que "si une conscience nationale souhaitable, l'importation et la diffusion en masse d'produits culturels américains étrangers sur le marché de la radiodiffusion sont plutôt indésirables." La deuxième enquête de 1965, indiquait non seulement que la situation ne s'était guère améliorée mais que la commission trouvait très inquiétant le nombre de plus en plus grand d'émissions de télévision américaines au Canada.

L'introduction et l'extension de la télévision par câble à partir du milieu des années soixante jusqu'à maintenant a accentué la difficulté de maintenir une présence canadienne accaptable dans le système de la radiodiffusion canadienne. L'avènement de la télévision par câble a réduit encore davantage le nombre d'émissions canadiennes que regardent les Canadiens et les tentatives d'affection des revenus de la télévision par câble aux producteurs de programmes afin d'encoûager la création canadienne n'ont pas été remplies de succès.

Après un demi-siècle d'efforts, les statistiques démontrent à quel point les émissions américaines dominent la radiodiffusion au Canada:

A Vancouver, 80% de la programmation totale par câble est d'origine étrangère.
A Calgary, moins de 23% de la programmation totale par totale par câble est d'origine canadienne.
Entre 20 heures et 23 heures, la propagation est encore plus faible, descendant jusqu'à 12%.

Aux heures de pointe (20 heures à 22 heures à 22 heures 30), pendant une semaine moyenne de la saison 1976-77, pendant une semaine moyenne de la saison 1976-77, stations canadiennes privées (Toronto/ Hamilton), étaient d'origine canadienne. Au cours de l'automne 1976, pour toutes les stations canadiennes, 24 heures, a été consacrée à regarder des émissions et 24 heures, à regarder la télévision entre 18 heures et 24 heures, a été consacrée à regarder des émissions totales.

La vaste étendue de notre pays, sa dualité linguistique et sa diversité géographique ont contribué dans une large mesure à déterminer le cours de son histoire. Même si les égalemens la proximité géographique ainsi que le dynamisme culturel des États-Unis.

Dépuis la confédération, un grand nombre d'études e de rapports ont souligné l'effet et l'importance de La présence américaine au Canada. Dans le domaine de La radio

Dépuis la confédération, un grand nombre d'études et de rapports ont souligné l'effet et l'importance de la présence américaine au Canada. Dans le domaine de la radio-diffusion et des arts en particulier, ces rapports ont concilié une les Canadiens et des artistes en particulier, ces rapporteurs ont concilié les Canadiens qui vivent continuer à voir à ce que les services de radiodiffusion qui leur sont offerts reflètent la réalité canadienne par-dessus tout, du point de vue de leur caractère et de leur contenu.

Dès 1928, le gouvernement canadien a nommé une commission, la Commission Aird, qui a étudié l'état de la radio au Canada. Dans son rapport, la Commission Aird, qui a étudié l'état de la radio au Canada. Dans son rapport, la Commission Aird, qui a étudié l'état de la radio au Canada. Dans son rapport, la Commission Aird, qui a étudié l'état de la radio au Canada. "Pourrait-on croire dans une vaste mesure à créer une conscience et une unité nationale". Toutefois, étant donné que, un nombre croissant d'émissons qui sont diffusées au pays sont réalisées à l'étranger du Canada, "la pensée", les idées et les opinions des Canadiens, et en particulier des jeunes Canadiens, sont formés à l'image d'une réalité qui n'est pas la notre."

Parlant du projet de loi qui a créé la Commission canadienne de l'radiodiffusion en 1932, le Premier ministre déclara : « La radiodiffusion est une œuvre de voix l'unite nationale souffrir si la radio n'est pas contrôlée de façon adéquate. Il déclarait notamment :

Le Canada doit s'assurer le contrôle complet de la radiodiffusion provenant de sources canadiennes, sans intervention ou influence étrangère. Sans ce contrôle, la radiodiffusion ne pourra jamais développer un agent important dans la communication de l'interêt national et pensee et des idées de la nation, et, sans ce centre, elle ne pourra jamais constituer le moyen de renforcer encore davantage l'unité nationale.

Près de deux décennies plus tard, La Commission royale Masssey chargée d'étudier la situation des arts, des lettres et des sciences, y compris la radiodiffusion, déclarait : "L'institution américaine par les films, la radio et les périodiques est redoutable" et signalait qu'un grand nombre d'émissions de radio destinées au marché canadien "n'ont en fait rien à voir avec le Canada ou les conditions canadiennes". La Commission

PAGE	INTRODUCTION
1	CHAPITRE I : La télévision à page dans son contexte historique .
6	CHAPITRE II : Historique de la télévision à page .
8	CHAPITRE III : Le CRTC et la télévision à page .
10	CHAPITRE IV : Introduction à la deuxième audience publique sur la télévision à page juin 1977.
14	CHAPITRE V : Description analytique des propositions.
34	CHAPITRE VI : Conclusion .
40	(1) Objectifs pour une politique canadienne de la télévision à page .
41	(2) Principes directeurs pour la télévision à page .
58	(3) Recommandations pour la télévision à page .

TABLE DES MATIÈRES

Mars 1978.

ce rapport analyse les problèmes reliés à la télévision à page. Il contient aussi une synthèse historique dans lequel on doit situer les discussions en cours sur la télévision à page. Il concerne les propositions concernant un système de télévision à page au Canada; il souligne les conclusions du Conseil à l'heure actuelle et enumère les lignes directrices qui pourront guider l'introduction future de la télévision à page. Il présente les conclusions du Conseil à l'heure actuelle et enumère les lignes directrices qui pourront guider l'introduction future de la télévision à page.

TELEVISION A PAGE

RAPPORT SUR LA

DATE DE PUBLICATION
JUSQU'AU 13 MARS 1978

CONFIDENTIEL

